

ABSTRAK

Lisdiani Nurhidayah, 2014. Perancangan Media Promosi Museum Negeri Jawa Barat Sri Baduga
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Multimedia Marketing

Seiring dengan berjalannya waktu, terjadi perubahan dalam berbagai bidang kehidupan yang diakibatkan oleh masuknya era globalisasi termasuk di Indonesia. Era globalisasi di Indonesia membuat negara ini tidak bisa menghindar dari masuknya berbagai budaya asing, khususnya di wilayah Jawa Barat. Budaya yang masuk tersebut mempunyai pengaruh besar pada kalangan muda seperti dalam cara berpakaian, selera bermusik, termasuk berperilaku dalam keseharian. Hal tersebut membuat kalangan muda lambat laun melupakan kebudayaannya sendiri, yaitu budaya bangsa Sunda. Identitas diri sebagai bangsa Sunda pun semakin terkikis.

Fenomena ini menimbulkan suatu kekhawatiran yang pada akhirnya dijadikan sebagai landasan berdirinya museum-museum di Indonesia begitupun di Jawa Barat. Dari berbagai museum yang berdiri tersebut, Museum Negeri Jawa Barat Sri Badugalah yang menjadi simbol kebudayaan bangsa Sunda. Museum ini menyimpan peninggalan asli Jawa Barat baik yang hampir punah maupun yang masih berkembang hingga saat ini.

Sayangnya kalangan muda kurang berminat dalam mengunjungi museum ini, apalagi Museum Sri Baduga belum mempunyai media promosi yang tepat. Untuk itu diperlukan perancangan media promosi untuk meningkatkan minat kalangan muda dalam mengunjungi Museum Sri baduga. Media promosi yang dibuat untuk mencapai tujuan tersebut adalah website, poster, tiket masuk, pembatas buku, stiker, X-banner, kalender, acara, spanduk, umbul-umbul, media sosial, serta media pendukung berupa pin dan buku catatan. Berbagai media tersebut diharapkan dapat menarik kalangan muda untuk mengunjungi museum serta memberikan informasi dan mengenalkan museum Sri Baduga lebih luas.

Kata kunci: perancangan, media promosi, Museum Sri Baduga