

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tangerang atau lebih sering dikenal dengan sebutan Kota “Benteng” begitu orang sering menyebutkan atau ada juga sebagian orang yang menyebut Tangerang adalah Kota Industri. Banyaknya Industri/ Pabrik yang menjamur baik industri kecil maupun menjadi besar, merupakan salah satu alasan mengapa Tangerang kerap kali disebut sebagai Kota Industri. Padahal jika kita melihat Tangerang dari sudut pandang berbeda, kita akan menemukan sesuatu yang bias dibanggakan dari Kota Tangerang, misalnya dari sisi kebudayaannya. Dari sudut pandang tersebut kita akan menemukan jejak-jejak peninggalan budaya yang cukup menarik, diantaranya Cagar Budaya.

Ada 9 Cagar Budaya yang telah ditetapkan sebagai Cagar Budaya di Kota Tangerang, yaitu Bendungan Pasar Baru, Masjid Jami dan Makam Kali Pasir, Klenteng Boen Tek Bio, Benteng Heritage, Lembaga Perasyarakatan Anak Pria, Lembaga Perasyarakatan Anak Wanita, Lemabaga Perasyarakatan Pemuda II A, Klenteng Boen San Bio dan Stasiun Kereta Api Tangerang.

Kesembilan Cagar Budaya yang ada tersebut sangat erat kaitannya dengan sejarah Kota Tangerang. Setiap Cagar Budaya memiliki nilai *history* tersendiri. Tentunya ini sangat menarik jika dikupas lebih dalam, sayangnya tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Cagar Budaya tersebut, baik masyarakat luar Kota Tangerang, maupun masyarakat Kota Tangerang itu sendiri. Kurangnya

pengetahuan informasi dan promosi menjadi salah satu faktor tidak diketahuinya keberadaan Cagar Budaya ini. Padahal sejatinya konteks budaya sebaiknya harus selalu diturunkan dan dilestarikan ke generasi berikutnya agar dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang bisa memajukan Kota Tangerang.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Cagar Budaya perlu dilestarikan
2. Banyaknya masyarakat Kota Tangerang yang tidak mengetahui keberadaan Cagar Budaya di Kotanya
3. Kurangnya upaya dalam mensosialisasikan Cagar Budaya

1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana cara memperkenalkan kembali Cagar Budaya di Kota Tangerang?
2. Bagaimana agar masyarakat di Kota Tangerang mengetahui keberadaan Cagar Budaya yang ada?

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalahnya dibatasi pada proses perancangan serta perwujudan media-media komunikasi visual (ilustrasi, tipografi, warna, dll) yang sesuai dengan kriteria desain untuk mensosialisasikan Cagar Budaya di Kota Tangerang sesuai dengan keilmuan desain komunikasi visual.

1.5. Solusi

Adapun solusi dari permasalahan tersebut yaitu :

1. Melakukan upaya sosialisasi kembali mengenai Cagar Budaya di Kota Tangerang
2. Memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat Kota Tangerang agar masyarakat lebih mengenal Cagar Budaya di kotanya sendiri

1.6. Tujuan dan Manfaat

Dalam membuat perancangan ini, tentunya penulis mempunyai tujuan dan manfaat dari pada perancangan media komunikasi visual sebagai sarana sosialisasi tersebut.

1.6.1. Tujuan

Tujuan perancangan ini selain dapat menjawab berbagai pertanyaan yang timbul sesuai dengan rumusan masalah yang ada, juga diharapkan dapat lebih memperkenalkan Cagar Budaya kepada Masyarakat khususnya masyarakat Kota Tangerang. Agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya sejarah serta menimbulkan rasa peduli hingga akhirnya ingin melestarikannya.

1.6.2. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan antara lain sebagai berikut:

a. Bagi Pemerintah

Dapat membantu dalam mensosialisasikan Cagar Budaya Kota Tangerang.

b. Bagi Masyarakat/Konsumen

Dapat mengenal lebih dalam Cagar Budaya Kota Tangerang sebagai pengetahuan khususnya dibidang sejarah, serta dapat menjadikan Cagar Budaya ini sebagai destinasi wisata sejarah Kota Tangerang.

c. Bagi penulis

Menjadi lebih peka terhadap masalah yang berkembang dilingkungan masyarakat, serta mencari solusi yang tepat melalui desain media komunikasi visual agar dapat menjawab setiap pertanyaan yang muncul. Sehingga proses ini dapat menjadi bekal bagi penulis setelah menyelesaikan studi dan siap bersaing didunia kerja nantinya.

1.7. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Dengan mengolah dan menganalisa data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, dan terstruktur.

Penelitian deskriptif ini dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan keadaan nyata sekarang (sementara berlangsung). Tujuan utama dalam

menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan memeriksa sebab sebab dari suatu gejala tertentu (Travers, 1978).Gay (1976) mendefinisikan metode penelitian sebagai kegiatan yang meliputi pengumpulan data dalam rangka menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian. Penelitian deskriptif menentukan dan melaporkan keadaan sekarang. Seperti penelitian sejarah tidak memiliki kekuatan untuk mengontrol hal-hal yang telah terjadi, demikian pula penelitian deskriptif tidak memiliki kekuatan untuk mengontrol hal-hal yang sementara terjadi, hanya dapat mengukur apa yang ada (*exist*).

1.8. Sistematika Penulisan

Perancangan ini disusun secara sistematis yang dibagi kedalam lima bab pembahasan yang memiliki kaitan erat antar babnya yang dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I terdiri dari pendahuluan.Yaitu, menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi alasan kasus ini diangkat, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat perancangan, dan metode analisis data.

BAB II terdiri dari landasan teori. Yaitu, mencakup tinjauan dari berbagai data data sehingga nantinya akan digunakan sebagai data aktual dan faktual yang nantinya akan dianalisis kembali menjadi sebuah data sintesa sehingga dapat dijadikan acuan dalam perumusan konsep desain.

BAB III terdiri dari analisis data. Yaitu, mencakup penganalisaan data data yang terkumpul dan dikaitkan dengan landasan teori teori yang ada. Sehingga memunculkan solusi yang tepat dan efektif.

BAB IV terdiri dari perancangan.Yaitu, mencakup solusi, pengaplikasian dan wujud perancangan serta penempatan media komunikasi visual yang dipakai.

BAB V terdiri dari simpulan dan penutup. Yaitu mencakup kesimpulan dari tiap tiap bab dan teori yang ada dari proses perancangan sampai perwujudan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Sosialisasi

2.1.1. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat di lingkungannya. Menurut Peter Berger, Sosialisasi adalah suatu proses dimana seorang anak belajar menjadi seorang anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.

Kalau ditelusuri lebih lanjut, dalam proses sosialisasi terdapat pengaruh individu ke individu lain dan proses tersebut berlangsung sepanjang hidup manusia. Dalam proses sosialisasi juga, individu akan menyerap pengetahuan, nilai –nilai, norma-norma, sikap dan keterampilan. Oleh karena itu, dampak dari sosialisasi adalah berkembangnya kepribadian seseorang menjadi satu pribadi yang unik, begitupula dalam hal kebudayaan masyarakat yang senantiasa terpelihara dan berkembang.

2.1.2. Proses Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang memungkinkan seseorang belajar tentang sikap-sikap, nilai-nilai, atau tindakan-tindakan yang di anggap tepat oleh suatu masyarakat atau oleh satu kebudayaan tertentu. Dalam arti lain, sosialisasi terjadi melalui interaksi individu dengan individu lainnya. Individu disini belajar sesuatu dari orang-orang yang dekat seperti keluarga, teman, guru, dan orang-orang yang berada dilingkungannya. Ada beberapa proses dalam sosialisasi yaitu:

1. **Proses Internalisasi**, Proses internalisasi adalah proses panjang dan berlangsung seumur hidup yang dialami manusia. Dimana dalam proses ini ia belajar membentuk kepribadian melalui perasaan, nafsu-nafsu, dan emosi yang diperlukan sepanjang hidupnya.
2. **Proses Sosialisasi**, Proses sosialisasi merupakan proses seorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan perilaku kelompoknya.

3. **Proses Inkulturasi**, Proses inkulturasi adalah proses pembudayaan seseorang individu mempelajari dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat-istiadat, sistem norma, dan peraturan-peraturan yang hidup dalam kebudayaannya.

2.1.3. Bentuk-Bentuk Sosialisasi

Dalam ilmu Sosiologi proses sosialisasi dapat dibedakan menjadi empat bagian diantaranya :

1. **Sosialisasi Primer**, Sosialisasi primer merupakan bentuk sosialisasi pertama yang diterima atau dijalani seorang anak dilingkungan keluarganya, dan berfungsi mengantar mereka memasuki kehidupan sebagai anggota masyarakat. Dilihat dari segi caranya, Sosialisasi yang berlangsung dalam keluarga dapat di bedakan menjadi : a. Sosialisasi Represif. Sosialisasi represif merupakan sosialisasi yang mengutamakan penggunaan hukum komunikasi suatu arah kepatuhan penuh anak-anak kepada orang tua karena peran orang tua dalam proses tersebut sangatlah dominan. b. Sosialisasi Partisipan Sosialisasi partisipan dimaknai sebagai proses yang lebih mengutamakan penggunaan motivasi, komunikasi, penghargaan, dan hak otonomi kepada anak.
2. **Sosialisasi Sekunder**, Sosialisasi sekunder adalah bentuk sosialisasi lanjutan dimana seseorang menjalani sosialisasi dengan orang lain setelah keluarga atau di sektor-sektor kehidupan yang nyata dalam masyarakat.
3. **Sosialisasi Formal**, Sosialisasi formal adalah sosialisasi yang dilakukan melalui proses pendidikan atau disuatu lembaga formal.
4. **Sosialisasi Non-formal**, Sosialisasi non-formal merupakan sosialisasi yang tidak sengaja dilakukan seseorang dan terbuka bagi semua orang.

2.1.4. Tahap-tahap Sosialisasi

1. Tahap Persiapan (*Preparatory Stage*), Tahap ini adalah tahap yang dialami manusia sejak dilahirkan dan sering dikatakan sebagai tahap anak berusia 0-2

tahun. Tahap ini juga seorang anak baru mulai mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosialnya.

2. Tahap Meniru (*Play Stage*), Tahap ini seorang anak mulai belajar mengambil peran orang yang berda disekitarnya. Ia mulai menirukan peran yang dilihat, didengar, atau dijalankan oleh orang tuannya lingkungan sekitarnya.
3. Tahap Siap Bertindak (*Game Stage*), Tahap ini anak bukan hanya mengetahui peran yang harus dijalankan, tetapi telah mengetahui peran yang harus dijalankan secara sadar layaknya seorang remaja. Disini seorang telah mampu menempatkan dirinya pada posisi orang lain dan hubungannya semakin kompleks.
4. Tahap Penerimaan Norma Kolektif (*Generalized Stage*), Pada tahap ini seseorang telah dianggap dewasa. Tahap ini, mereka memahami peran yang dijalankan secara optimal. Seperti seorang murid yang memahami peran guru dan peran orang lain disekelilingnya.

2.1.5. Media Sosialisasi

Media sosialisasi adalah pihak-pihak yang memiliki peran penting dalam memengaruhi, melaksanakan atau melakukan sosialisasi. Ada beberapa agen yang utama dalam proses sosialisasi pada manusia, yaitu:

- Keluarga Media, Media sosialisasi keluarga merupakan media sosialisasi pertama yang diterima seorang anak karena meliputi orang-orang dekatnya seperti : ayah, ibu, saudara kandung, saudara angkat, dan keluarga lain yang tinggal secara bersama-sama dalam suatu rumah. Melalui lingkungan tersebut, anak mengenal dunia sekitarnya dan pola pergaulan sehari-hari.
- Teman Bermain, Media sosialisasi teman bermain dialami seorang anak setelah media sosialisasi keluarga. Dalam media ini, seorang anak belajar berinteraksi dengan orang-orang yang sederajat karena mereka sebaya. Dalam sosialisasi dengan teman sebaya, seorang anak mempelajari peraturan yang mengatur peranan orang-orang yang kedudukannya sederajat. Sosialisasi ini juga, seorang anak mempelajari nilai-nilai sosial dan nilai-nilai keadilan.

- Media Sekolah, Media sosialisasi dalam sekolah merupakan media yang dialami seorang anak di lembaga pendidikan sekolah. Lembaga ini memberikan suatu pengaruh terhadap seorang anak berupa ilmu, keterampilan, kemandirian, prestasi, nilai dan norma kebudayaan bangsa atau negara, dan hal-hal yang belum ia temukan di media sosialisasi keluarga dan teman bermain.
- Media Massa, Media sosialisasi media massa melakukan proses sosialisasi melalui media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (televisi, radio, video, internet, film). Media massa akan mempengaruhi atau mengajarkan kepada seseorang tentang hal-hal yang belum ia ketahui sebelumnya, baik berupa hal positif maupun negatif.

2.1.6. Tujuan Sosialisasi

Di dalam kehidupan bermasyarakat hendaklah kita bersosialisasi. Sosialisasi mempunyai tujuan diantaranya :

1. Menumbuhkan disiplin
2. Menanamkan aspirasi atau cita-cita
3. Mengenalkan lingkungan sekitar atau beradaptasi
4. Mengajarkan peran-peran sosial dan sikap-sikap penunjangnya
5. Mencegah terjadinya perilaku menyimpang dan menjaga hubungan sosial
6. Mengagarkan keterampilan sebagai persiapan dasar untuk berpartisipasi dalam kehidupan orang dewasa

2.1.7. Fungsi Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses pembelajaran nilai dan norma sosial untuk membentuk perilaku dan kepribadian individu dalam masyarakat. Adapun fungsi sosialisasi sebagai berikut:

1. Membentuk pola perilaku individu
2. Menjaga keteraturan hidup dalam masyarakat
Menjaga integrasi kelompok dalam masyarakat

2.2. Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual atau yang lebih dikenal sebagai DKV pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Desain komunikasi visual erat kaitannya dengan unsur-unsur desain antara lain seperti:

- 1) Garis (*Line*)
- 2) Teks
- 3) Tipografi
- 4) Warna
- 5) Bentuk/ lambang dan simbol

2.2.1. Garis (*Line*)

Garis merupakan salah satu unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lain. Bentuknya dapat berupa gambar garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Garis adalah unsur dasar untuk membangun sebuah bentuk. Ada pula berbagai macam bentuk garis, seperti lurus, melengkung, putus-putus, zig zag, meliuk liuk, atau bahkan tidak beraturan. Masing-masing memiliki pencitraan yang berbeda.

2.2.2. Teks

Menurut definisi KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Teks adalah Naskah yang berupa (a) kata kata asli dari pengarang (b) kutipan dari kitab suci untuk pangkal ajaran atau alasan (c) bahan tertulis untuk dasar memberikan pelajaran, berpidato, dsb.

Bahasa yang digunakan untuk iklan / promosi hendaknya sederhana, jelas, singkat dan tepat serta memiliki daya tarik terhadap kalimatnya. Teks juga merupakan sesuatu yang sangat penting karena bersifat mengkomunikasikan informasi yang dibutuhkan konsumen.

Pada teks terdapat elemen teks yang masing-masing memiliki fungsi yang berbeda, yaitu:

1. *Headline* (Baris Utama/Judul)

Merupakan teks pertama atau judul utama yang merupakan daya tarik pertama kali kepada pembaca agar pembaca mau atau tertarik melanjutkan ke teks selanjutnya. Biasanya *headline* dibuat seunik atau sekreatif mungkin, selain itu biasanya judul diberi ukuran besar untuk menarik perhatian pembaca dan membedakannya dari elemen layout lainnya. Selain dari ukuran, pemilihan sifat yang tercermin dari jenis huruf tersebut juga harus menarik perhatian, karena untuk judul segi estetis lebih diprioritaskan. Contohnya menggunakan huruf-huruf yang bersifat dekoratif dan tidak terlalu formal. Sedangkan mengenai jenis huruf *serif* atau *sans serif*, tidak ada keharusan menggunakan jenis yang mana karena semuanya disesuaikan dengan isi pesan keseluruhan.

2. *Sub Headline* (Sub Judul)

Merupakan lanjutan keterangan judul utama yang biasanya menjelaskan makna, atau arti dari pada judul utamanya. Biasanya lebih panjang dari pada judul utamanya. Sub judul juga bisa disebut kalimat peralihan pembaca dari judul ke kalimat pembuka dari naskah atau *body copy*.

3. *Deck*

Deck adalah gambaran singkat tentang topic yang dibicarakan di *bodytext*. Letaknya bervariasi, tetapi biasanya antara judul dan *bodytext*. Fungsi *deck* berbeda dengan judul, yaitu sebagai pengantar sebelum membaca *bodytext*. Ada atau tidaknya *deck* dan penataan letaknya dipengaruhi oleh luas area halaman yang tersedia dan panjang pendeknya artikel. Bila area yang tersedia sangat terbatas dan naskahnya cukup panjang, *deck* bias saja ditiadakan. *Deck* sering kali disalah-artikan dengan sub judul.

4. *By line*

Berisi nama penulis, kadang disertai dengan jabatan atau keterangan singkat lainnya. *Byline* letaknya sebelum *bodytext*, ada juga yang meletakkan diakhir naskah.

5. *Bodytext*

Merupakan kalimat yang menerangkan secara keseluruhan atau lebih terperinci tentang isi pesan yang ingin disampaikan. Berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap, berpikir, dan bertindak lebih lanjut.

6. *Liftouts*

Pada awalnya adalah cuplikan perkataan atau tulisan seseorang, namun kini telah mengalami perluasan arti. Pada suatu karya publikasi dapat berarti satu atau lebih kalimat singkat yang mengandung informasi penting yang ingin ditekankan. Kadang-kadang diambil dari sebagian isi *bodytext* yang dianggap pokok pikiran isi naskah tersebut.

7. *Caption*

Keterangan singkat yang menyertai elemen visual dan *inset*. *Caption* biasanya dicetak dalam ukuran kecil dan dibedakan gaya atau jenis hurufnya dengan *bodytext* dan elemen teks lainnya.

8. *Callouts*

Pada dasarnya sama seperti *Caption*, kebanyakan *callouts* menyertai elemen visual yang memiliki lebih dari satu keterangan, misalnya pada diagram. *Callouts* biasanya memiliki garis-garis yang menghubungkannya dengan bagian-bagian dari elemen visualnya. *Balloon* kata adalah salah satu bentuk *callouts*.

9. *Kickers*

Kickers adalah satu atau beberapa kata pendek yang terletak di atas judul, fungsinya untuk memudahkan pembaca menemukan topik yang diinginkan dan mengingatkan lokasinya saat membaca artikel tersebut.

10. *Initial caps*

Huruf awal yang berukuran besar dari kata pertama pada paragraf. Karena lebih bersifat estetis, tidak jarang hanya terdapat satu *initial caps* di dalam suatu naskah. *Initial caps* dapat juga berfungsi sebagai penyeimbang komposisi suatu *layout*.

11. *Indent*

Baris pertama paragraf yang menjorok masuk kedalam. Sedangkan *hanging indent* adalah kebalikannya, baris pertama yang tetap sedangkan baris-baris dibawahnya menjorok kedalam.

12. *Lead line*

Beberapa kata pertama atau seluruh kata di baris paling awal pada tiap paragraf, yang dibedakan atribut hurufnya. Atribut bisa berupa jenis huruf/*style*/ukuran/*letterspacing/leadingnya*. Fungsinya sama dengan penanda antar paragraf lainnya, agar mudah menangkap paragraf berikutnya.

13. Spasi antar paragraf

Untuk membedakan paragraf satu dengan lainnya diberi spasi.

14. *Header* dan *Footer*

Header adalah area di antara sisi atas kertas dan *margin* atas. *Footer* adalah area di antara sisi bawah kertas dan *margin* bawah. *Header* dan *footer* bisa berisi *running head*, catatan kaki, nomor halaman, dan informasi lainnya.

15. *Running head*

Judul buku, bab/topik yang sedang dibaca, nama pengarang dan informasi lainnya yang berulang-ulang ada pada tiap halaman dan posisinya tidak berubah.

16. Catatan kaki

Catatan kaki berisi detail informasi sebagai tulisan tertentu didalam naskah.

17. *Jumps*

Pada artikel biasanya digunakan untuk memberikan informasi berita sambungan dihalaman lain jika artikel terlalu panjang.

18. *Signatur*

Umum dijumpai di *flyer*, brosur, poster, dan lain-lain. Berisi alamat, nomor telepon atau orang yang bias dihubungi atau informasi tambahan lainnya. Bila menyangkut sebuah acara atau *event*, biasanya disertai logo-logo penyelenggara, *partner*, dan sponsor.

19. *Slogan* (Semboyan)

Merupakan kalimat pendek dan unik yang mewakili produk atau isi dari keseluruhan, guna menarik perhatian dan lebih meyakinkan serta memperkuat sikap konsumen untuk memilih produk tersebut.

20. *Closing Word* (Kata Penutup)

Merupakan kalimat penutup yang pendek, singkat, dan jelas, yang mana gunanya untuk mengarahkan pembaca membuat keputusan.

2.2.3. **Tipografi**

Sebenarnya tipografi sendiri merupakan salah satu elemen dari dunia desain grafis yang unik, dimana tipografi bukan hanya sekedar elemen bacaan, tapi juga mempunyai unsur seni yang luar biasa.

Tipografi atau tata huruf merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Dikenal pula seni tipografi, yaitu karya atau desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai elemen utama. Dalam seni tipografi, pengertian huruf sebagai lambang bunyi bisa diabaikan.

Perkembangan tipografi saat ini sudah mengalami perkembangan dari fase penciptaan dengan tangan (*hand drawn*) hingga mengalami komputerisasi. Fase komputerisasi membuat penggunaan tipografi menjadi lebih mudah dan dalam waktu yang lebih cepat dengan jenis pilihan huruf yang ratusan jumlahnya. Berikut ini beberapa jenis huruf berdasarkan klasifikasi yang dilakukan oleh James Craig, antara lain sebagai berikut:

1. Roman

Ciri dari huruf ini adalah memiliki sirip/kaki/serif yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf Roman memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun, lemah gemulai dan feminin.

2. Egyptian

Adalah jenis huruf yang memiliki ciri kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar, dan stabil.

3. Sans Serif

Pengertian San Serif adalah tanpa sirip/serif, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.

4. Script

Huruf Script menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab.

5. Miscellaneous

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.

Huruf juga dapat dikreasikan sedemikian rupa agar lebih menarik dan lebih memiliki nilai estetis yang unik salah satunya:

1. Huruf sebagai elemen desain

Apa saja bias menjadi tipografi, ini sekaligus menunjukkan dan menjadi bukti bahwa tipografi tidak dapat dibatasi oleh media, bahkan ia sendiri bisa menjadi medianya.

2. Huruf sebagai form generator

Dalam dasar-dasar seni dan desain, segala bentuk apapun diawali oleh satuan terkecil yang disebut *point*. *Point* dan *point* bisa saling dihubungkan dan akan membentuk *line*/garis. *Line* dan *line* bias saling dihubungkan dan membentuk *plane* / *surface* / bidang. Lalu bila *plane* dan *plane* dihubungkan akan membentuk volume (tiga dimensi). Desain grafis menggunakan *point*, *line* dan *plane* sebagai pembuat bentuk/ *form generator*, dalam peran tipografi sebagai elemen desain, tiap karakter bisa berfungsi sebagai *point*.

3. Huruf menjadi gambar

stroke pada karakter bisa digunakan sebagai garis/ kontur sebuah objek. Banyak karakter baik huruf, angka, maupun tanda baca yang bentuknya unik sehingga bisa digunakan untuk menggambarkan suatu objek, tinggal bagaimana kejelian seorang desainer dalam memanfaatkannya.

4. Form generator menjadi huruf

Dimulai dari elemen-elemen terkecil, yaitu: *point, line, plane/shape*. Apabila dieksekusi lebih dalam maka inspirasi/ ide untuk membuat suatu karya baru akan datang dengan sendirinya.

5. Benda sebagai huruf

Tidak hanya elemen-elemen dasar yang dapat disusun menjadi satu set huruf. Objek apapun bisa! Contoh: guntingan foto, bentuk bentuk jalan, lipatan kertas, dan lain-lain.

6. Huruf dan gambar berbaur

Huruf dan gambar bisa dibaurkan sehingga menciptakan suatu bentuk baru yang tak terduga. Dalam pengolahan tipografi pada kenyataannya tidak ada batasan bagi ide-ide kreatif seseorang.

2.2.4. Warna

Warna merupakan faktor yang sangat penting dalam mendesain, setiap warna memiliki sifat dan karakter yang berbeda pula. Pada setiap negara memiliki arti warna yang berbeda-beda. Namun arti warna berikut ini berdasarkan lingkup yang universal.

1. Merah

Warna yang emotional dan cenderung ekstrem. Menyimbolkan agresivitas, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan, dan vitalitas.

2. Pink

Warna yang disukai banyak wanita ini menyiratkan arti yang lembut dan menenangkan, cinta, kasih, sayang, feminin.

3. Biru

Tidak bisa lepas dari elemen langit, air, udara, berasosiasi dengan alam, melambangkan keharmonisan, memberikan kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, kepercayaan.

4. Kuning

Warna kuning meningkatkan konsentrasi, menyimbolkan warna persahabatan, optimism, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.

5. Hijau

Hijau melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas, sehat, natural.

6. Orange

Melambangkan sosialisasi, keceriaan, kehangatan, segar, semangat, keseimbangan, dan energi.

7. Ungu

Memberi kesan spiritual yang magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawanan.

8. Coklat

Merupakan warna netral yang natural, hangat, membumi, dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, kesejahteraan, dan elegan.

9. Abu-abu

Warna ini melambangkan kesederhanaan, intelek, futuristik, millennium.

10. Hitam

Warna hitam adalah warna yang kuat dan penuh percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, dan misterius.

Teori Brewster merupakan teori yang menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna. Keempat kelompok warna tersebut, yaitu: warna primer, skunder, tersier, dan netral.

1. Warna primer

Merupakan warna dasar dan bukan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, kuning.

2. Warna skunder

Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1, misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning. Ungu adalah campuran merah dan biru.

3. Warna tersier

Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna skunder. Misalnya jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari tiga warna, yakni merah, kuning, dan biru.

4. Warna netral

Merupakan hasil campuran dari ketiga warna dasar dengan proporsi 1:1:1. Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam.

Dalam penggunaan warna dapat dibedakan menjadi dua yaitu: warna yang ditimbulkan karena sinar (*Additive Color/ RGB*) yang biasanya digunakan pada warna lampu, layar monitor, televisi, dan sebagainya. Yang lainnya adalah warna-warna yang dibuat dengan menggunakan unsur-unsur tinta atau cat (*Subtractive Color/ CMYK*). Warna tersebut biasanya digunakan pada proses pencetakan ke permukaan benda padat seperti kertas, logam, kain, atau plastik, dan lain-lain.

2.2.5. Bentuk/ lambang, dan simbol

Lambang atau simbol adalah suatu bentuk penyederhanaan, menyatakan suatu hal yang menyiratkan maksud tertentu. Simbol atau lambang juga bisa diartikan sebagai tanda pengenal yang tetap yang disetujui oleh masyarakat/orang banyak atau dimengerti oleh semua kalangan. Dalam DKV istilah ini termasuk sangat penting dalam memvisualisasikan suatu informasi agar terkesan jelas dan singkat, sehingga tidak terlalu panjang dan bertele-tele yang akan menimbulkan kesan jenuh.

2.3. Strategi

Strategi memegang peranan vital dalam penentuan keberhasilan iklan. Strategi merupakan dasar membangun merek, strategi menjaga agar periklanan dan elemen pemasaran berada dalam jalur yang tepat serta membangun kepribadian merek dengan jelas dan konsisten. Strategi mewakili jiwa sebuah merek dan menjadi elemen penting untuk keberhasilan.

Strategi iklan harus mampu menjawab pertanyaan dasar dari rancangan sebuah kampanye periklanan yang dirumuskan dalam 5W + 1H, yaitu: *What* tujuannya/ masalahnya?. *Who* siapa targetnya?. *When* kapan iklan dipasang?. *Wheredimana* dipasangnya/ dimana terjadinya? *Why* mengapa perlu di lakukan?. *How* bagaimana cara melakukannya/ bagaimana bentuk eksekusinya?

Tujuan dari strategi adalah usaha untuk menciptakan iklan yang efektif, oleh karena itu selain rumusan pertanyaan 5W + 1H maka pengetahuan yang cukup tentang produk, persaingan pasar atau kompetitor dan analisis mendalam tentang konsumen merupakan kunci pokok yang harus diketahui oleh pemasar sebelum merumuskan sebuah strategi.

Ada beberapa strategi yang harus dipikirkan jika ingin menciptakan sebuah iklan/promosi yang baik dan tepat sasaran. Tentunya harus benar benar memilih dan memilah strategi mana yang paling cocok untuk produk tersebut, dan yang lebih utama disesuaikan dengan data data yang didapatkan.

Strategi juga merupakan langkah yang dilakukan “periklanan” dalam rangka mencapai tujuan periklanan. Agar mencapai hasil yang maksimal. Hal tersebut meliputi:

- 1) Strategi komunikasi
- 2) Strategi pesan
- 3) Strategi kreatif
- 4) Pemilihan media.

2.3.1. Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Jika tidak dilandasi dengan strategi komunikasi

yang baik bukan tidak mungkin jika akan menimbulkan pengaruh negatif. Strategi komunikasi dapat dikategorikan menjadi 3 macam yaitu:

- 1) Rasional
- 2) Emosional
- 3) Kombinasi

1) Rasional

Strategi komunikasi rasional cenderung menekankan pada fakta, logika. Fokus kepada pemenuhan kebutuhan konsumen pada aspek praktis, fungsional, kegunaan produk, manfaat atau alasan.

2) Emosional

Strategi komunikasi emosional cenderung berhubungan dengan kebutuhan sosial, seperti status dan pengakuan, psikologi seperti minat dan ketertarikan konsumen dalam pembelian suatu produk.

Emotional integration dimana iklan berusaha menggambarkan karakter dari orang-orang yang mengalami atau menerima manfaat dari suatu produk.

3) Kombinasi

Penggabungan strategi komunikasi Rasional dan Emosional sehingga diharapkan lebih efektif untuk menarik perhatian konsumen. Karena, pembelian produk tidak hanya semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional semata, ataupun tidak semata-mata didasarkan pertimbangan emosional semata. Terkadang bahkan produk yang bersifat rasional sekalipun seperti deterjen memiliki aspek emosional. Atau produk kecantikan kosmetik terkadang memiliki aspek rasional didalamnya.

2.3.2. Strategi Pesan

Dalam penyampaian pesan yang akan kita sajikan pun tentunya harus difikirkan dengan matang dan dengan baik pula. Tujuannya agar pesan yang disampaikan diterima dengan baik dan dapat dimengerti oleh konsumen. Hal itu tentunya memerlukan strategi khusus. Dalam strategi pesan ini ada 2 proses yang harus dilalui, yaitu:

- 1) Pendekatan pesan
- 2) Eksekusi pesan

1) Pendekatan Pesan

Dalam pendekatan pesan ini, sama halnya dengan strategi komunikasi baik poin maupun pengertiannya. Hal tersebut meliputi 3 macam bentuk pendekatan pesan yaitu:

- a) Informatif
- b) Persuasif
- c) Remaining

2) Eksekusi Pesan

Setelah menentukan pendekatan pesan yang digunakan, kini berlanjut kepada eksekusi pesan seperti apa yang akan digunakan Rasional, Emosional, Kombinasi. Apakah eksekusinya akan di tampilkan menggunakan gaya hiperbola, *life style*, *slice of life*, metafora, fantasi, simbol, dll.

2.3.3. Strategi Kreatif

Strategi kreatif bertujuan untuk menciptakan sosialisasi sebagai senjata yang efektif.

Kreatif pada dasarnya adalah kemampuan melihat sesuatu yang biasa dengan cara yang tidak biasa disertai dengan imajinasi dan pemikiran ilmiah, dalam rangka mencari atau menciptakan gagasan baru yang mampu menelurkan hasil yang berbeda dengan yang sudah ada (bisa dipraktikan dan digunakan).

2.3.4. Pemilihan Media

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk, yang terletak diantara dua pihak (orang, golongan, dsb).

Media juga merupakan sarana penyampaian pesan atau informasi kepada khalayak ramai/ publik, dengan menggunakan berbagai unsur seperti teks, atau gambar.

Media terbagi menjadi dua bagian. Yaitu:

1. *Above The Line*

Above The Line (Media Lini Atas) adalah jenis iklan yang pemasangannya mengharuskan adanya pembayaran/ komisi kepada biro iklan. Dimuat dalam media cetak (Koran dan majalah), media elektronik (radio, TV dan bioskop), serta media luar ruang (papan reklame/*billboard*, dan angkutan/*transit*).

2. *Below The Line*

Below The Line (Media Lini Bawah) adalah bentuk iklan yang tidak disampaikan/ disiarkan melalui media masa, dan biro iklan tidak memungut komisi/ pembayaran atas pemasangannya / penyarannya.

Semua aktifitas ini biasanya dilakukan oleh kantor perwakilan di daerah yang menjadi area pemasarannya. Pada intinya aktivitas BTL selalu bertujuan untuk mendukung dan mengikuti aktivitas ATL.

Sifat BTL merupakan media yang ‘langsung’ mengena pada *audience* karena sifatnya yang memudahkan *audience* langsung menyerap satu produk/pesan saja.

Jika kita perhatikan di sekitar kita, memang banyak kegiatan yang tidak bisa dikatakan eksklusif lagi. Ada kegiatan ATL yang mengandung unsur BTL. Atau sebaliknya, BTL yang mengandung unsur ATL. Contoh ATL dengan BTL adalah iklan sebuah *brand* di majalah yang sekaligus ditempel *sample* produknya, sedangkan contoh BTL dengan ATL: kegiatan *event* di *outlet* tertentu yang disebarluaskan lewat iklan radio dan sms.

Wilayah abu-abu atau ‘*grey area*’ itulah yang mendorong timbulnya istilah baru, yaitu ‘*Through the Line*’ atau TTL. Istilah ini secara harafiah berarti ‘cakupan dari ujung satu ke ujung lainnya’. Istilah TTL diperkenalkan untuk menjembatani pihak perusahaan jasa komunikasi periklanan yang ingin membuat gambaran kongkrit terhadap segmen jasa kreatif komunikasi yang ditawarkannya.

BAB III

ANALISIS DATA

3.1. Cagar Budaya

3.1.1. Pengertian Cagar Budaya

“Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat atau di air yang perlu dilestraikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan kebudayaan melalui proses penetapan oleh pemerintah sebelumnya” (UUD RI,2010:Pasal 1).

Benda Cagar Budaya adalah benda alam atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia.

Bangunan Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding atau tidak berdinding dan beratap.

Struktur Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia.

Situs Cagar Budaya adalah lokasi yang berada di darat atau di air yang mengandung benda Cagar Budaya, bangunan Cagar Budaya, struktur Cagar Budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu.

Kawasan Cagar Budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki dua situs Cagar Budaya atau lebih yang letaknya berdekatan atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.

3.1.2. Kriteria Cagar Budaya

Berdasarkan Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dijelaskan mengenai kriteria Cagar Budaya, yaitu benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, atau Struktur Cagar Budaya apabila memenuhi kriteria :

- a. Berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih
- b. Mewakili masa gaya paling singkat berusia 50 (lima puluh) tahun
- c. Memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan kebudayaan
- d. Memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa

3.2. Kota Tangerang

Nama Tangerang berasal dari kata "*Tangeran*" yang berarti kata "*Tanda*", kemudian kata *Tangeran* berubah menjadi "Tangerang" disebabkan pengaruh ucapan dan dialek dari Tentara Kompeni yang berasal dari Makassar.

"Kota Tangerang yang terbentuk pada tanggal 28 Februari 1993 berdasarkan Undang-Undang No. 2 Tahun 1993 tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Tangerang, merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Tangerang. Secara geografis Kota Tangerang terletak pada 106°36'-106°42' Bujur Timur (BT) dan 6°6'-6° Lintang Selatan (LS)" (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten, 2012:57).

Kota Tangerang memiliki letak strategis karena berada di antara Provinsi DKI Jakarta, Kota Tangerang Selatan dan Kabupaten Tangerang. Posisi strategis tersebut menjadikan perkembangan Kota Tangerang berjalan pesat. Pada satu sisi, Kota Tangerang menjadi daerah limpahan dari berbagai kegiatan dari DKI Jakarta, di sisi lain menjadi daerah kolektor pengembangan wilayah Kabupaten Tangerang yang merupakan daerah dengan sumber daya alam yang produktif.

Pesatnya Kota Tangerang didukung pula dari tersedianya sistem jaringan transportasi terpadu dengan wilayah Jabodetabek, serta aksesibilitas dan konektivitas berskala nasional dan internasional yang baik, yang tercerminkan keberadaan Bandara Internasional Soekarno-Hatta, Pelabuhan Internasional

Tanjung Priok, serta Pelabuhan Bojonegara sebagai gerbang maupun *outlet* nasional. Kedudukan geostrategis Kota Tangerang tersebut telah mendorong bertumbuh kembangnya aktivitas industri, perdagangan dan jasa yang merupakan basis perekonomian Kota Tangerang.

3.3. Cagar Budaya Kota Tangerang

Berdasarkan Keputusan Walikota Tangerang Nomor : 430/Kep.557-Disporbudpar/2011 Tanggal 25 Agustus 2011 Tentang Penetapan Cagar Budaya. Ditetapkannya 9 Cagar Budaya di Kota Tangerang yaitu :

- 1) Bendungan Pasar Baru
- 2) Masjid Jami dan Makam Kali Pasir
- 3) Klenteng Boen Tek Bio
- 4) Benteng Heritage
- 5) Lembaga Perasyarakatan Anak Pria
- 6) Lembaga Perasyarakatan Anak Wanita
- 7) Lemabaga Perasyarakatan Pemuda II A
- 8) Klenteng Boen San Bio
- 9) Stasiun Kereta Api Tangerang

3.3.1. Bendungan Pasar Baru

Bendungan Pasar Baru terletak di Jalan K.S. Tubun, Kelurahan Koang Jaya, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Letak geografis bendungan berada di 106°37'42.2" Bujur Timur dan 06°09'34.6" Lintang Selatan.

Bendungan Pasar Baru dibangun pada tahun 1927, selesai dan diresmikan tahun 1930. Keperluan dibangunnya bendungan untuk mengairi areal persawahan seluas 40.663 Hektar. Bendungan ini awalnya bernama Bendungan Sangego, kemudian menjadi Bendungan Pintu Sepuluh atau Bendungan Pasar Baru. Perubahan pada bendungan ini tidak terlalu banyak karena terlihat dari peralatan dan mesin yang digunakan sudah tua.

Fungsi bangunan sebagai bendungan maka inti bangunan adalah untuk mengatur air di Sungai Cisadane. Bangunannya terdapat 10 pintu air dari besi dan

11 tiang penopangnya. Konstruksi terbuat dari beton bertulang, pada sisi utara dan selatan bangunan terdapat rel roli yang digunakan untuk mendistribusikan pintu air pengganti jika ada pintu air yang rusak.

Sebelah barat bendungan terdapat bangunan berdenah persegi, pintu berupa *rolling door* dan besi. Bangunan tersebut digunakan untuk menyimpan lori digunakan untuk membawa pintu air pengganti gudang. Keadaan cukup terawat dan lori masih bias digunakan hingga sekarang.

3.3.2. Masjid Jami' dan Makam Kali Pasir

Masjid Kali Pasir adalah masjid tertua di Kota Tangerang peninggalan Kerajaan Pajajaran. Masjid ini berada di sebelah timur bantaran Sungai Cisadane, tepatnya di tengah pemukiman warga Tionghoa Kelurahan Sukasari. Bangunannya pun bercorak China. Masjid tertua di Tangerang ini mencerminkan kerukunan umat beragama pada masanya. Hingga kini masjid yang sudah berusia ratusan tahun tersebut masih digunakan sebagai tempat beribadah, namun masjid ini tidak lagi digunakan untuk Shalat Jum'at.

Secara administratif bangunan masjid dan makam Jami' Kalipasir berada di kampung Kalipasir, Kelurahan Sukasari, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Letak geografis bangunan masjid terletak di 106°37'44.1" Bujur Timur dan 106°37'43.0" Lintang Selatan, dan makam di 106°37'43.0" Bujur Timur dan 06°10'43.0" Lintang Selatan.

Pengelolaan masjid sejak berdiri hingga tahun 1918 dikelola secara turun menurun. Masjid dibangun pada tahun 1700 oleh Tumenggung Pamitriwidjaja dari kahuripan. Sekitar 1712 masjid kemudian dikelola oleh putranya yang bernama Raden Bagus Uning Wiradilaga. Pada tahun 1740 pengelolaan masjid diserahkan kepada Tumegung Aria Ramdon putera dari Raden Bagus Uning Wiradilaga. Aria Ramdon meninggal pada tahun 1780 dan dimakamkan di sebelah barat masjid. Sepeninggalnya beliau, pengelolaan masjid diserahkan kepada putranya, yaitu Aria Tumegung Sutadilaga.

Pengangkatan sebagai Tumegung melalui Bisluit VOC 16 Februari 1802. Aria Tumegung Sutadilaga meninggal dan dimakamkan di sebelah barat masjid

tahun 1823 (satu-satunya nisan yang terdapat angka tahun). Pengelolaan masjid diserahkan kepada putranya, yaitu Raden Aria Idar Dilaga tahun 1830. Tahun 1865 pengurusan masjid dan makam dikelola oleh putri Raden Aria Idar Dilaga, yaitu Nyi Raden Djamrut bersama suaminya Raden Abdullah hingga tahun 1904. Selanjutnya dikelola oleh putranya bernama Raden Jasin Judanegara. Pada kelolaannya terdapat perbaikan masjid dan pendirian menara di sisi tenggara masjid. Perombakan bagian dalam dilakukan pada tahun 1918 oleh beliau bersama H. Muhibi, H. Abdul Kadir Banjar. Setelah sekian lama masjid kembali diperbaiki dan perombakan menara pada tanggal 24 April 1959-Agustus 1961.

3.3.3. Klenteng Boen Tek Bio

Klenteng Boen Tek Bio terletak di jalan Bhakti No. 14, Kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, Provinsi Banten. Batas bangunan sebelah utara dengan Pasar Lama dan Pemukiman, sebelah timur dengan jalan Cilame, sebelah selatan dengan jalan Bhakti, serta sebelah barat dengan pemukiman. Bangunan tersebut berada di letak geografis 106°37'46,7" Bujur Timur dan 06°10'45.0" Lintang Selatan.

Klenteng Boen Tek Bio diperkirakan berdiri sekitar tahun 1684 oleh para penduduk Kampong Petak Sembilan secara bersama-sama. Pertama berdirinya bentuk bangunan sederhana dari bangunan semi permanen. Ketika awal abad 17 mengalami perubahan terhadap bangunan klenteng karena jalur perdagangan sekitar wilayah Sungai Cisadane mulai ramai. Perubahan terus terjadi hingga bentuknya yang sekarang. Nama "Boen Tek Bio" memiliki arti secara harfiah, yaitu Boen (Benteng), Tek (Kebajikan), dan Bio (Rumah Ibadah).

Secara keseluruhan berarti tempat atau wadah bagi kaum sastrawan yang memiliki kebijaksanaan. Klenteng tersebut memiliki keterkaitan dengan dua klenteng lainnya, antara lain Klenteng Boen San Bio dan Klenteng Boen Hay Bio. Bila dikaitkan dengan dua klenteng lainnya, klenteng tersebut memiliki filosofis, yaitu kebajikan setinggi gunung dan seluas lautan. Selain itu, secara Hong Sui (tata letak/geomensi) posisi Klenteng Boen Tek Bio bersandar pada gunung dan memandang lautan.

Pendirian Klenteng Boen Tek Bio tidak lepas dari keberadaan orang Tionghoa di Tangerang, dan sejarah Kota Tangerang. Keberadaan orang Tionghoa diperkirakan pada tahun 1407 di muara Sungai Cisadane (Teluk Naga). Tujuan utama orang Tionghoa adalah menuju kota Jayakarta karena terjadi kerusakan perahu dan habisnya perbekalan maka terdamparlah di Kota Tangerang. Gelombang selanjutnya orang Tionghoa datang ke Tangerang sekitar 1740 setelah adanya pembantaian orang Tionghoa di Batavia yang berhasil dipadamkan oleh VOC.

Mata pencaharian masyarakat Tionghoa pada saat itu adalah bertani. Pemukiman yang disediakan oleh Belanda untuk masyarakat Tionghoa berupa pondok-pondok sehingga nama pemukiman berawalan pondok, seperti Pondok Cabe, Pondok Jagung, Pondok Aren dan lain-lain. Wilayah Tegal Pasir (Kali Pasir) didirikan Belanda untuk perkampungan Tionghoa dengan nama lain Petak Sembilan. Seiring perkembangan waktu, daerah ini menjadi wilayah pusat perdagangan (Pasar Lama) di sebelah timur Sungai Cisadane.

3.3.4. Benteng Heritage

Rumah arsitektur Cina Benteng Heritage terletak di kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, Provinsi Banten. Tepatnya berada di sebelah timur Sungai Cisadane, daerah Pasar Lama sekarang. Batas bangunan sebelah utara, timur, dan selatan dengan pemukiman, serta sebelah barat dengan Pasar Lama. Bangunan tersebut berada di letak geografis 106°37'47,1" Bujur Timur dan 06°10'43.0" Lintang Selatan.

Museum Benteng Heritage adalah museum peranakan Tionghoa pertama dan satu-satunya di Indonesia. Museum ini merupakan hasil restorasi sebuah bangunan berarsitektur tradisional Tionghoa. Bangunan tua ini dulunya ditempati oleh masyarakat sekitar, kondisi bangunan sebelum dijadikan museum sangat memperhatikan dan sangat tidak terawat. Meras bangunan tersebut merupakan situs budaya yang memiliki nilai historis yang tinggi Udaya Halim mengambil alih bangunan tua tersebut pada November 2009. Ia langsung melakukan restorasi untuk mengembalikan kondisi bangunan seperti semula.

Kurangnya literatur atau dokumen terkait kondisi asli bangunan membuat Udaya Halim melakukan riset hingga ke negeri lain. Kajian-kajian budaya pun ditempuh agar restorasi yang dilakukan nantinya tidak akan merusak orsinilitas dari bangunan itu sendiri. Setelah proses restorasi selesai, beberapa dekorasi Tionghoa ditambahkan untuk menguatkan nuansa Tionghoa. Penambahan partisi atau dekorasi tambahan dilakukan berdasarkan riset karena tidak ada satu pun sumber yang mendeskripsikan keaslian bangunan, kemudian museum Benteng Heritage diresmikan pada 11 November 2011.

Bangunan Benteng Heritage dibangun sekitar abad 18 dengan arsitektur Cina yang sangat terlihat. Bangunan tersebut merupakan dua bangunan kembar yang dijadikan satu. Hal tersebut terlihat bila dilihat dari luar bangunan. Sebenarnya bangunan tersebut kembar tiga karena salah satu bangunannya yang masih milik orang lain maka belum bias digunakan. Dua bangunan kembar ini masih mempertahankan bentuk aslinya baik secara eksterior dan interior.

3.3.5. Lembaga Permasyarakatan Anak Pria

Lemabaga Permasyarakatan Anak Pria secara administratif berada di jalan Daan Mogot No. 29 C, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Bangunan tersebut berbatasan dengan Masjid Al-Azhom di sebelah selatan. Taman Makam Pahlawan di sebelah barat, jalan Daan Mogot di sebelah utara dan jalan Satria Sudirman di sebelah timur.

Lapas Anak Pria Tangerang dibangun pada masa Hindia Belanda pada tahun 1925, dengan kapasitas hunian 220 anak. Sejak tahun 1934 pengelolaan diserahkan kepada Pro Juventute untuk mengasingkan anak keturunan Belanda yang berbuat nakal. Perubahan fungsi menjadi Markas Resimen IV Tangerang pada tahun 1945. Pengelolaan berganti pada tahun 1957-1961 kepada Jawatan kepenjaraan kemudian berubah menjadi pendidikan Negara dan tahun 1964 diserahkan kepada Direktorat Jenderal Permasyarakatan dengan nama Lemabaga Permasyarakatan Anak Pria.

Bangunan Lembaga Perasyarakatan Anak Pria berada pada tanah milik Negara dengan luas 12.150 m² dengan luas bangunan 3.350 m² dan menghadap ke utara. Bangunan ini memiliki tiga tahap pembangunan (hasil wawancara).

Bangunan pertama yang berbentuk persegi seperti benteng karena pada tiap keempat sudutnya berbentuk seperti belah ketupat/ diamond. Tahap pendirian awal pada tahun 1925. Tahap kedua pada bangunan bagian tengah yang sekarang digunakan sebagai ruang tahanan dan kantor administrasi. Dari hasil wawancara, tahap kedua dibangun sekitar tahun 1970-an. Selanjutnya tahap ketiga dibangun sarana peribadatan dan olahraga di sisi barat dan timur bangunan tahanan pada tahun 2010. Bagian pintu dan jendela belum banyak berubah kecuali pada pintu masuk utama sudah mengalami pergantian bahan dan bentuk. Bagian kusen dan pintu pada bangunan lamanya berukuran besar. Setiap kusen pintu dan jendela diberi terails.

3.3.6. Lembaga Perasyarakatan Anak Wanita

Secara administratif Lembaga Perasyarakatan Anak Wanita terletak di jalan Daan Mogot No. 28 C, Kelurahan Tanah Tinggi, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Batas bangunan tersebut sebelah utara dengan Jalan Daan Mogot, sebelah timur dengan Jalan Meteorologi, sebelah selatan dan barat berbatasan dengan jalan Kehakiman Raya.

Tahun 1928 bangunan ini didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda untuk pengasingan anak-anak Indo Belanda yang melakukan pelanggaran/kenakalan dan pengelolaannya oleh Yayasan LOG. Kemudian diserahkan kepada Yayasan Pro Yuventute pada tahun 1934. Penyerahan kepada pemerintahan Jepang pada tahun 1942 digunakan sebagai rumah tahanan perang terutama anak-anak dan wanita Belanda yang akan dikembalikan ke Negara Belanda. Selain itu tahun yang sama, pernah pula digunakan sebagai Sekolah Akademik Militer Tangerang yang terkenal salah satu pahlawannya, yaitu Daan Mogot.

Pada tahun 1950 dikelola oleh yayasan Pro Yuwana. Selanjutnya pengelolaan diserahkan kepada pemerintah Indonesia di bawah Departemen Kehakiman Republik Indonesia sebagai Rumah Pendidikan Negara (1962).

Perubahan nama menjadi Lembaga Perasyarakatan Anak Wanita Tangerang tahun 1964. Setelah itu berubah nama tahun 1977 menjadi Lembaga Perasyarakatan Anak Negara Wanita Tangerang. Tahun 1985 berubah nama kembali menjadi Lembaga Perasyarakatan Klas II B Anak Wanita Tangerang (SK Kemeterian Kehakiman tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja LP).

Bangunan Lembaga Perasyarakatan Anak Wanita berada di luas tanah $66.000 m^2$ dan luas bangunan $39.560 m^2$. Pada luas tersebut terdapat 5 bangunan pavilion hunian tahanan, 1 bangunan blok sel, 1 bangunan gedung selatan terdapat lonceng yang tingginya kantor, ruang aula, mushola, dapur, tunker, dan sarana pendidikan. Kantor berda pada bagian depan bangunan dekat dengan pintu masuk utama. Bangunan ini keseluruhan dikelilingi oleh tembok dinding setinggi 5 m. bangunan kantor dan pavilion terlihat perbedaan bentuk. Pada bangunan kantor ukuran jendela dan pintu tidak besar seperti yang ada pada bangunan pavilion.

3.3.7. Lembaga Perasyarakatan Pemuda II A

Lembaga Perasyarakatan Pemuda II A terletak di Jalan Pemuda, Kelurahan Sukasari, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Bangunan tersebut berbatasan dengan Jalan Pemuda di sebelah utara, jalan TMT di sebelah barat, Pemukiman Kamp.Buaran Indah dan Ladang di sebelah selatan dan timur.

Bangunan tersebut berdiri pada tahun 1927-1942 pemerintahan Hindia Belanda digunakan sebagai pemenjaraan pemuda bangsa Belanda maupun pribumi (*Jeugd Gevangen*).Selanjutnya tahun 1942 pemerintahan jepang menjadikan bangunan tersebut sebagai pelaksanaan pidana (*Keimusho Shikubu*).

Pemerintah Belanda (Palang Merah NICA) tahun 1946-1948 digunakan sebagai tempat penampungan pengungsi Cina Pedalaman. Tahun 1948-1950 oleh pemerintah Indonesia dijadikan tempat untuk pelaksanaan pemenjaraan bagi pemuda.Selanjutnya dikelola oleh pemerintah Indonesia dengan fungsi yang berubah.Tahun 1950-1964 digunakan sebagai pelaksanaan pidana penjara untuk pemuda (Rumah Penjara Anak-anak). Sebutan berubah menjadi Lembaga Perasyarakatan Khusus Pemuda pada tahun 1964-1965.

Kemudian tahun 1965-1979 digunakan sebagai tempat pemidanaan narapidana pemuda dan pusat Rehabilitasi Tahanan G 30S/PKI dengan sebutan Lembaga Perasyarakatan Khusus Pemuda. Pada tahun 1979-1984 digunakan sebagai tempat pelaksanaan perasyarakatan untuk pemuda (Lembaga Perasyarakatan Klas II A Pemuda Tangerang). Pada tahun 1984 hingga sekarang pelaksanaan perasyarakatan untuk pemuda termasuk juga sebutan Lembaga Perasyarakatan Klas II A Pemuda Tangerang.

3.3.8. Klenteng Boen San Bio

Secara administratif Klenteng Boen San Bio terletak di Jalan K.S Tubun No. 43 Desa Pasar Baru, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Bangunannya berada pada koordinat 106°40'04.7" Bujur Timur dan 06°10'04.2" Lintang Selatan. Bangunan tersebut berbatasan dengan pemukiman Kamp. Koang Jaya di sebelah barat, utara dan timur, serta Jalan Aipda Karel Sasuit Tubun di sebelah selatan.

Klenteng Boen San Bio awalnya dibangun pada tahun 1689 oleh seorang pedagang asal Tiongkok yang bernama Lim Tau Koen. Pembangunan klenteng ini untuk menempatkan patung Kim Sin Khongco Hok Tek Tjeng Sin yang berasal dari Banten. Bangunan awalnya berasal dari bambu dan kayu dengan dinding berasal dari gedeg dan atap dari daun rumbia. Ukuran bangunan pun tidak seluas sekarang. Pengunjung berasal dari pedagang Tionghoa yang tinggal sekitar Pasar Baru. Setelahnya sekitar 10 tahun berdiri perkumpulan Boen San Bio yang merupakan cikal bakal berdirinya Vihara Nimmala.

Bangunan klenteng ini memiliki luas tanah 4.650 m^2 terbagi dalam beberapa bagian. Bagian depan, tengah dan belakang. Bagian depan bangunan digunakan sebagai ruangan pemujaan, pada ruang pemujaan ini dewa yang diutamakan adalah dewa buI (Khongco Hok Tek Jeng Sin). Sisi kanan kirinya terdapat pemujaan dewa-dewa dan leluhur yang saling berseberangan. Pada bagian depan bangunan raya akan hiasan dengan warna dominan yaitu warna merah. Ruang depan ini terdapat delapan tiang yang dipenuhi dengan motif

hias, seperti buah-buahan, dan tokoh hewan. Selain itu terdapat pula ribuan lampion yang diperoleh dari donator.

3.3.9. Stasiun Kereta Api Tangerang

Stasiun secara administrasi terletak di desa Pasar Anyar, Kecamatan Tangerang, Provinsi Banten. Stasiun ini berbatasan dengan pertokoan dan parkir di sebelah utara, pertokoan dan pemukiman di sebelah timur dan barat, dan pemukiman di sebelah selatan.

Stasiun ini bersamaan dengan lintas Kerta Api Duri-Tangerang yaitu pada tanggal 2 Januari 1889. Arsitek bangunan stasiun dan lintasannya dari Staatspoorwagen (SS). Stasiun Tangerang merupakan stasiun akhir kereta tidak ada lanjutan lintasan.

Bangunan stasiun ini telah mengalami banyak perubahan termasuk dalam bentuk bangunan. Bagian yang telah dirubah terlihat pada peron, loket, kantor, dan toilet. Bangunan inti stasiun berdenah persegi panjang yang memanjang dari barat ke timur, bangunan tersebut yang banyak perubahan.

Stasiun pernah mengalami kebakaran pada tahun 2000an di sisi timur. Selain bangunan, perubahan sangat tampak pada jumlah jalur kereta api yang semula berjumlah lima menjadi berjumlah dua jalur. Bagian yang masih tampak pada beberapa beberapa jendela, pintu dan kisi-kisi bangunan. Pada sebelah utara kantor terdapat papan yang menjelaskan telah dilindungi oleh Negara sebagai Benda Cagar Budaya, dikeluarkan oleh pusat pelestarian Benda dan bangunan PT KAI.

3.4. Wawancara Ahli

Berdasarkan wawancara dengan ibu Tati Suherti sebagai Kepala Bidang Promosi Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Tangerang menjelaskan, kita sebagai bangsa Indonesia tidak boleh melupakan sejarah. Dengan sejarah kita bisa tau kejadian kejadian dimasa lalu, kita bisa tahu identitas sebuah tempat. Sehingga sejarah ini sangat erat sekali kaitannya dengan kehidupan kita saat ini. Jika tidak ada pengetahuan sejarah mana mungkin kita tahu tentang kerajaan majapahit

misalnya? Tentang penjajahan jaman dulu? Sehingga kita bisa menghargai apa yang sudah ada di jaman ini. Karna segala sesuatu yang ada di jaman sekarang bisa jadi itu adalah hasil dari jeri payah pahlawan pahlawan kita yang terdahulu. Jeri payah mereka yang mempertahankan suatu tempat misalnya. Sehingga pengetahuan sejarah sampai kapan pun harus selalu di turunkan wariskan kepada generasi yang selanjutnya.

Kita mempunyai Sembilan Cagar budaya yang ada di tangerang ini, Cagar-cagar Budaya tersebut mempunyai peranan penting bagi masyarakat kota tangerang itu sendiri, karena seperti pintu air 10 / pasar baru itu misalnya, jika tidak ada pintu air bayangkan bagaimana masyarakat tangerang dapat mengairi sawah sawahnya, bagaimana mereka bisa bertahan hidup disaat musim kemarau, bahkan PDAM juga mengambil air dari sana. Bisa jadi tangerang banjir jika pintu tidak dibuka dan air tidak di alirkan ke tempat lain. Kemudian juga kelenteng boen tek bio dan boen san bio itu memiliki peranan yang tak kalah pentingnya, karena kegiatan kegiatan positif mereka yang sering dilakukan. Seperti mengadakan santunan santunan kepada masyarakat sekitar, mengadakan acara acara yang berbaur sosial yang membantu masyarakat banyak. Masjid kali pasir juga seperti itu. Jadi 9 cagar ini sangat penting nilainya bagi masyarakat tangerang. Upaya dalam mengelola Cagar Budaya ini, kami sudah pernah melakukan workshop dan pelatihan sebanyak 3 kali. Memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa Cagar Budaya yang telah ada dan sudah ditetapkan ini menjadi tanggung jawab bersama, sehingga kita semua harus mencintai dan ikut melestarikannya. Untuk pelestarian dan pengelolaan bidang ini, jujur kami masih kekurangan SDM/ tim ahli yang memang mengerti dibidang ini. Sehingga program pelestarian ini belum maksimal. Karena kami di dinas pendidikan dan kebudayaan itu terbilang cukup baru.

Awalnya kami (kebudayaan) itu adanya di Dispodbudpar, berbarengan dengan pariwisata. Jadi waktu itu kami meneliti tentang cagar budaya ini bersama para ahli, seperti ahli arkeologi, sejarah dan yang memang ahli dibidangnya pada tahun 2010. Kemudian setelah ditelusuri syarat syarat untuk menjadi Cagar budaya memang layak maka kami memutuskan untuk mencetuskan bahwa ke 9

tempat ini menjadi Cagar Budaya di tahun yang sama yaitu 2010. Kemudian kami mempromosikannya ke luar daerah. Misi kami pada waktu itu bagaimana kami memperkenalkan Cagar Budaya ini keluar daerah agar menjadi destinasi wisata. Tapi di tahun 2015 kami (bag. Kebudayaan) dipindahkan ke Dinas Pendidikan dan Kebudayaan seperti yang sekarang. Sehingga masa kerja kami di dinas PDK ini terbilang cukup baru sehingga belum banyak pergerakannya. Semoga kedepannya kami Dinas Pendidikan dan Kebudayaan dapat menanamkan nilai sejarah kepada pelajar bahwa Cagar Budaya merupakan bagian dari sejarah di kotanya. Dan ketika upaya upaya kami kedepannya sudah maksimal kami berharap sekali Cagar Budaya ini dapat menjadi destinasi wisata sejarah bagi masyarakat khususnya masyarakat tangerang umumnya luar kota. Sehingga pendapatan daerahnya akan semakin meningkat

3.5. Kuesioner

Agar data yang didapat lebih akurat, peneliti memilih kuesioner sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Adapun kuesioner yang disebarakan yaitu di 13 sekolah dari 13 kecamatan yang ada di Kota Tangerang. Di bawah ini daftar nama-nama sekolah yang menjadi objek penelitian :

Tabel. 1

No.	Nama Sekolah	Alamat Sekolah
1	SMP PGRI Batu Ceper	Jl. Pembangunan 1 Batujaya Tangerang
2	MTs Negri Benda	Jl. Adi Sucipto Ds. Belendung Benda Tangerang
3	SMP Mahbuby	KAV. Pemda Blok PGRI No.95 Cibodas Tangerang
4	SMP Islam Kaffah Unggul	Jl. Raden Shaleh No.66 Karang Mulya Tangerang
5	SMP Babussalam	Jl. Merdeka Raya Pabuaran Sibang

		Karawaci Tangerang
6	MTs Manbaul Khoir	Jl. HOS Cokroaminoto no. 10 Kreo Larangan Tangerang.
7	SMP Yupentek 3 Ciledug	Jl. Raden Fattah Km.1 Ciledug Tangerang
8	MTs Al-Irfan Nusantara	Jl. Marsekal Surya Dharma Neglasari Tangerang
9	MTs Negri Cipondoh	Jl. KH. Hasyim Ashari Gg. H Sainin No. 25 Tangerang
10	SMP PGRI Periuk Tangerang	Jl. Lingga Ujung Total Persada Raya Tangerang
11	SMP Islam Miftahul Huda	Jl. Siliwangi Gembor Pasir Jaya Jati Uwung Tangerang
12	SMP Islam Yappida	Jl. Samudra Raya No.45 Kunciran Indah Pinang Tangerang
13	MTs Negri 1 Kota Tangerang	Jl. Perintis Kemerdekaan II/C No.2 Cikokol Tangerang

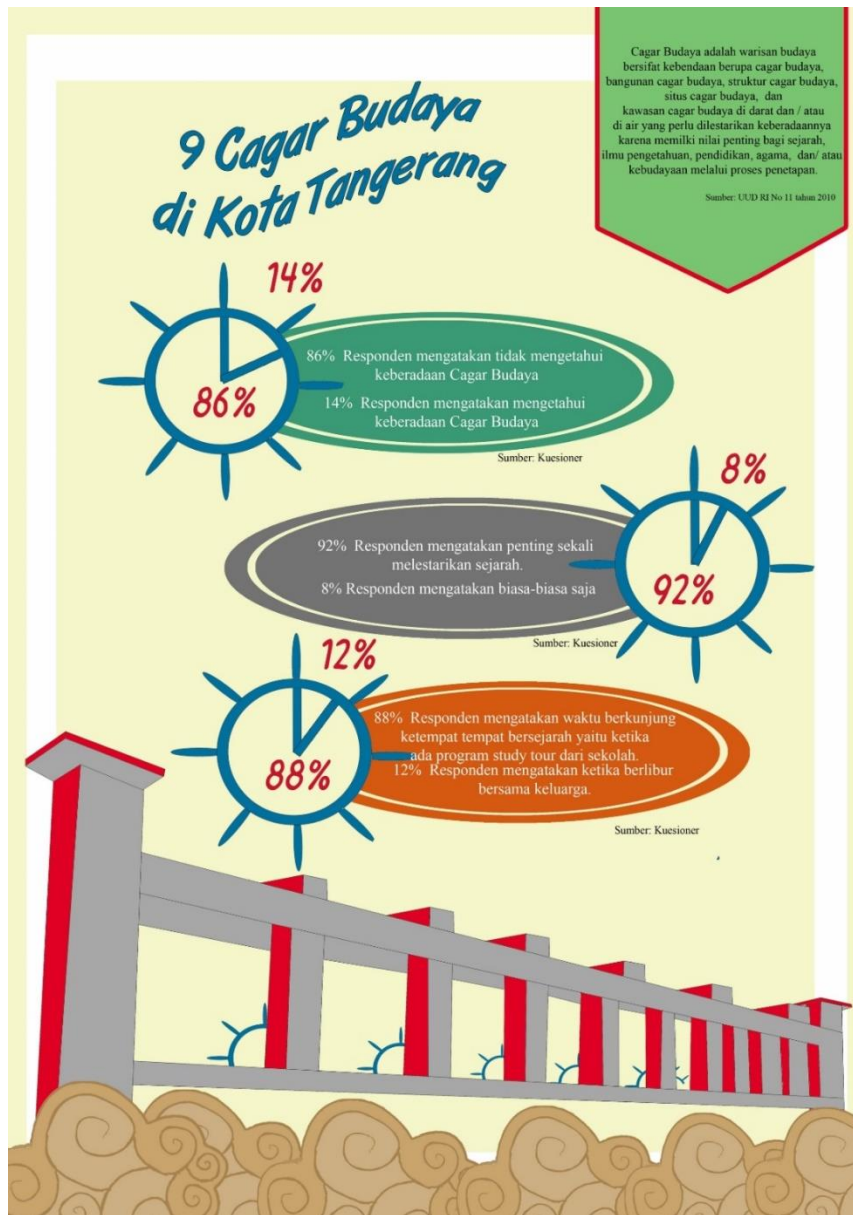
Adapun hasil kuesioner yang telah disebarakan di 13 sekolah dari 13 kecamatan yang ada di Kota Tangerang sebagai berikut:

Tabel. 2
Kuesioner

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN		
		A	B	C
1	Pernahkah kamu berkunjung ke museum atau tempat-tempat bersejarah lainnya? (A.Pernah B.Tidak Pernah C.Sering)	100 %	0%	0%
2	Tahukah kamu tentang Cagar	86%	14%	0%

	Budaya yang ada di Kota Tangerang? (A.Tahu B.Tidak Tahu C.Sedikit Tahu)			
3	Pentingkah menurut kamu melestarikan sejarah? (A.Penting B.Tidak Penting C.Biasa – biasa saja)	92%	0%	8%
4	Siapakah menurut kamu yang harus mengenal dan mempelajari sejarah? (A.Orang Dewasa B.Generasi Muda C.Semua Orang)	0%	92%	8%
5	Kapan kamu berkunjung ketempat tempat bersejarah seperti museum? (A.Ketika liburan sekolah bersama keluarga. B.Ketika ada program study tour dari sekolah. C.Setiap waktu dapat berkunjung sendiri.)	12%	88%	0%

Berdasarkan data awal dalam upaya pencarian data pengetahuan masyarakat tangerang berhubungan dengan Cagar Budaya di Kota Tangerang maka dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar. 1
Infografis

3.6. 5W1H

Setelah dijabarkan permasalahan satu persatu berikut analisa 5W1H yang telah dilakukan dalam penelitian untuk Sosialisasi Cagar Budaya di Kota Tangerang :

1. Apa masalah yang akan disosialisasikan? (*What*)
2. Siapa yang menjadi target? Dan siapa yang akan mensosialisasikan? (*Who*)

3. Mengapa sosialisasi harus dilakukan? dan mengapa target harus melakukan perilaku yang disosialisasikan? (*Why*)
4. Kapan Permasalahan itu terjadi ? (*When*)
5. Dimana permasalahan itu terjadi? (*Where*)
6. Bagaimana solusi dari permasalahan itu? (*How*)

1. What

Yang akan disosialisasikan adalah 9 Cagar Budaya yang ada di Kota Tangerang. Sejarah Kota Tangerang yang harus diketahui oleh masyarakat Kota Tangerang sendiri. Agar dapat lebih peduli terhadap sejarah dikotanya sendiri.

2. Who

Target utama (Primer) dalam Sosialisasi ini adalah remaja awal yaitu usia 12-15 thn. Sedangkan target kedua (Skunder) adalah masyarakat Kota Tangerang. Alasan memilih remaja awal menjadi target karena pada masa ini umumnya remaja tidak ingin dianggap sebagai anak kecil, ia menganggap dirinya sudah cukup dewasa. Usia ini juga membuat anak mulai bersikap kritis dalam menghadapi lingkungan sekitar. Oleh karena itu remaja usia ini memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

Sosialisasi ini dilakukan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Tangerang.

3. Why

Mengapa sosialisasi ini dilakukan?, karena mayoritas masyarakat tidak mengetahui 9 Cagar Budaya yang seharusnya dilestarikan. Mengapa hal ini bisa terjadi? Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan masyarakat, kurangnya kesadaran akan pentingnya sejarah, malas, cuek, serta kurangnya pemahaman.

4. When

Permasalahan ini terjadi ketika sudah tidak ada lagi rasa ingin tahu masyarakat terhadap sejarah dan budaya yang ada karena kurangnya informasi baik dari masyarakat itu sendiri maupun informasi yang diberikan oleh dinas terkait.

5. Where

Permasalahan ini terjadi dikalangan masyarakat Kota Tangerang.

6. How

Bagaimana cara agar masyarakat menyadari pentingnya sejarah dan budaya di Kota Tangerang?. Dimulai dari mensosialisasikan Cagar Budaya kepada para pelajar dengan mendatangi sekolah sekolah yang ada di Kota Tangerang. Tujuannya agar mereka tahu terlebih dahulu akan keberadaan 9 Cagar Budaya ini. Bagaimana masyarakat akan ikut melestarikan, mencintai, jika keberadaannya saja tidak diketahui.

3.7. Target Audiens

Masa Remaja merupakan masa yang dilalui semua orang. Di masa remaja ini biasanya sering terjadi hal yang menakjubkan. Semua yang terjadi tentu berbeda sekali pada waktu kecil, masa remaja dapat diartikan sebagai suatu masa dimana seseorang sedang atau akan menuju tahap dewasa dan bukanlah merupakan anak kecil lagi.

Secara psikologis, “masa remaja adalah usia dimana individu berintegritas dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada pada tingkatan yang sama. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 13 tahun sampai 16 tahun dan akhir masa remaja bermula 16 tahun sampai 18 tahun dengan demikian akhir masa remaja merupakan periode yang singkat.” (Hurlock,2012:206).

Masa remaja disebut juga masa mencari identitas, identitas diri yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya, apa perannya dalam masyarakat?, apakah ia seorang anak atau seorang dewasa?, apakah nantinya ia dapat menjadi seorang suami atau ayah?, apakah ia mampu percaya diri?, secara keseluruhan apakah ia akan berhasil atau gagal?.

Pada masa ini umumnya remaja tidak ingin dianggap sebagai anak kecil.Ia menganggap dirinya sudah cukup dewasa. Usia ini juga membuat anak mulai bersikap kritis dalam menghadapi lingkungan sekitar. Oleh karena itu, remaja usia ini memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

Target audiens khususnya ditujukan kepada anak-anak remaja, khususnya remaja awal yaitu usia 12 – 15 tahun atau setingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) Kota Tangerang. Sedangkan umumnya ditujukan untuk seluruh

masyarakat Kota Tangerang. Secara psikologis Masa awal remaja merupakan masa dimana memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, sehingga jika diarahkan secara tepat akan berdampak positif dimasa yang akan datang. Pada masa awal remaja ini juga bisa dikatakan sebagai masa masa pembekalan, yang mana bekal itu akan menjadi pondasi yang sedikit banyaknya akan berguna di masa depan. Jika akar nya sudah diarahkan dengan baik bukan tidak mungkin kedepannya mereka sebagai generasi penerus bangsa ini akan lebih mencintai budayanya.

3.8. *Consumer Journey*

Untuk mendapatkan data melalui *Consumer Journey*, diambil sesuai dengan sampel target audiens yang ditentukan. Berikut adalah hasil dari *Consumer Journey* yang didapat:

Target Audiens 1

Tabel. 3

Waktu	Target Audiens		
	Rana Marisa (kelas 8 b)		
	Aktifitas	Produk	
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat	
	Mandi	Sabun lux Ponds	
	Dandan	Pakai Pepsodent Bedak Pigeon Parfume Refil	
	Pakai Seragam	Pakai sepatu Bata	
	Sarapan Pagi	Minum air putih Makan nasi uduk	
	Berangkat sekolah		
	Jalan Kaki	Lewat jln. Marsekal Surya Dharma	
	Sampai di sekolah		
	07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis

		Joyko Sinar Dunia Pop Ice, Nabati, Cilok, Seblak
10.10 - 12.25	Istirahat Masuk lagi ke kelas Pulang sekolah Jalan Kaki	
12.30 - 15.00	Sampai di rumah Ganti Baju Makan Sholat	Jika akhir pekan pergi ke Metropolis Tangcity Mall
16.00 - 18.00	Nonton TV Main Kerumah Teman Main Hp BB Torch	FTV SCTV kartu: IM3, FB, BBM, SMS, Musik google map, instagram
18.00 - 21.00	Sholat, Ngaji Al- Qur'an Nonton TV	
21.00 - 22.00	Mengerjakan PR Merapihkan Buku Tidur	Pangerang SCTV, On The Spot Trans 7

Target Audiens 2

Tabel. 4

Waktu	Yulia Sahyanti (Kelas 8 a)	
	Aktifitas	Produk
05.00 - 06.30	Bangun tidur Mandi	Sholat Sabun lux Ponds

	Dandan	Pakai Pepsodent Bedak my baby Parfume izzi
	Pakai Baju sekolah	Pakai sepatu Bata
	Sarapan Pagi	Minum air teh hangat Makan nasi goreng
	Berangkat ke sekolah	
	Jalan Kaki	sampai karim, naik mobil kp.melayu
	Sampai di sekolah	
07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis Joyko Kiky
	Istirahat	Indomie, Pop Ice, Teh sisri,
10.10 - 12.25	Masuk lagi ke kelas	
	Pulang sekolah	
	Jalan Kaki	
12.30 - 15.00	Sampai di rumah	Jika akhir pekan pergi ke Metropolis Tangcity Mall
	Ganti Baju	
	Makan	
	Sholat	
	Nonton TV	FTV SCTV
16.00 - 18.00	Les bahasa inggris	
	Main Hp ASUS	Kartu IM3, FB, BBM, SMS, Musik, google map, instragram
18.00 - 21.00	Sholat, Ngaji Al-Qur'an	
	Nonton TV	Pangerang SCTV, tukang bubur RCTI
21.00 - 22.00	Mengerjakan PR Merapihkan Buku	

	Tidur	
--	-------	--

Target Audiens 3

Tabel. 5

Waktu	Target Audiens		
	Rosa Nurully (Kelas 8 a)		
	Aktifitas	Produk	
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat, Ngaji	
	Mandi	Biore Ponds	
	Dandan	Pakai Pepsodent Bedak Fair & Lovely Casablanka	
	Pakai Seragam	Pakai sepatu Converse	
	Sarapan Pagi	Minum air putih Makan nasi uduk	
	Berangkat Sekolah Jalan Kaki dari Rawa Lini Lalu Naik Mobil Angkot ke Selapajang Jaya Sampai di sekolah		
	07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis Faber Castle Stadler
		Istirahat	Nabati, Tango, Bakso, Teh Gelas
	10.10 - 12.25	Masuk Kelas	
		Pulang sekolah	Rute sama seperti berangkat
12.30 - 15.00	Sampai di rumah	akhir pekan ke puncak	
	Ganti Baju		
	Makan		
	Sholat		

16.00 - 18.00	Tidur Siang	
	Mandi	
18.00 - 21.00	Main Kerumah Saudara	
	Sholat, Ngaji Al-Qur'an	
21.00 - 22.00	Nonton TV	Anak Jalanan RCTI
	Mengerjakan PR	
	Merapihkan Buku	
	Tidur	

Target Audiens 4

Tabel. 6

Waktu	Target Audiens	
	Asti Asmiyati (Kelas 8 a)	
	Aktifitas	Produk
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat
	Mandi	Life Boy
		Ponds
		Pakai Pepsodent
	Dandan	Bedak Fair & Lovely
		Pucele
	Pakai Seragam	Pakai sepatu Bata
	Sarapan Pagi	Minum Teh Hangat
		Bubur Ayam
	Berangkat Sekolah	
Jalan Kaki Lewat Jl. Marsekal Surya Dharma		
Sampai di sekolah		
07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis
		Joyko
		Stadler

	Istirahat	Tango, Seblak, Nabti, Ale-Ale
10.10 - 12.25	Masuk Kelas	
	Pulang sekolah	Rute sama seperti berangkat
12.30 - 15.00	Sampai di rumah	akhir pekan ke metropolis
	Ganti Baju	
	Makan	
	Sholat	
	Main Hp Lenovo	IM3, BBM, FB, Line, Musik, google map
16.00 - 18.00	Mandi	
	Nonton TV	Preman Pensiun 3
18.00 - 21.00	Sholat, Ngaji Al-Qur'an	
	Nonton TV	Anak Jalanan RCTI
21.00 - 22.00	Mengerjakan PR	
	Merapihkan Buku	
	Tidur	

Target Audiens 5

Tabel. 7

Waktu	Target Audiens	
	Ine Octaviani (Kelas 8 b)	
	Aktifitas	Produk
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat
	Mandi	Life Boy
		Garnier
		Pakai Pepsodent
	Dandan	Bedak Fair & Lovely
		Eskulin
Pakai Seragam	Pakai sepatu Bata	

	Sarapan Pagi	Susu Frisian Flag Roti Mawar Bakery
	Berangkat Sekolah Jalan Kaki ke Komplek AURI lalu naik mobil Jurusan Kp. Melayu Sampai di sekolah	
07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis Standart Stadler
	Istirahat	Beng-beng, Nabati, Pop Ice
10.10 - 12.25	Masuk Kelas Pulang sekolah	(Masih di Sekolah)
12.30 - 15.00	Makan Sholat Eskul Pramuka & Paskibra Pulang ke Rumah Main ke Citra 8	akhir pekan ke metropolis
16.00 - 18.00	Mandi Nonton TV	Rumah Uya Trans 7
18.00 - 21.00	Sholat, Ngaji Al-Qur'an Nonton TV	Anak Jalanan RCTI
21.00 - 22.00	Mengerjakan PR Merapihkan Buku Tidur	Stund Up Comedy Indosiar

Target Audiens 6

Tabel. 8

Waktu	Target Audiens	
	Bellan Fujianto (Kelas 8 a)	
	Aktifitas	Produk

05.00 - 06.30	Bangun tidur Mandi Dandan Pakai Seragam Sarapan Pagi Berangkat sekolah Jalan Kaki Sampai di sekolah	Sholat Life Boy Biore Pakai Pepsodent Minyak Rambut Gatsby Parfume Gatsby Pakai sepatu Vans Minum air putih Makan Nasi Goreng Lewat jln. Marsekal Surya Dharma
07.15 - 09.40	Belajar di kelas Istirahat	Pakai alat tulis Standart Stadler Pop Ice, Tango, Ale-ale
10.10 - 12.25	Masuk lagi ke kelas Pulang sekolah Jalan Kaki	Rutenya sama
12.30 - 15.00	Sampai di rumah Ganti Baju Makan Sholat Main	Akhir pekan ke tj.pasir Play Station
16.00 - 18.00	Sholat Main Sepak Bola	
18.00 - 21.00	Mandi Sholat, Ngaji Nonton TV	Anak Jalanan RCTI
21.00 - 22.00	Main HP Samsung	axis, BBM, FB, SMS, Musik,

	google map, instgram
Tidur	

Target Audiens 7

Tabel. 9

Waktu	Target Audiens		
	M. Arizalul Zanah (Kelas 8 b)		
	Aktifitas	Produk	
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat	
	Mandi	Sabun lux Biore Pakai Pepsodent	
	Dandan	Minyak Rambut Gatsby Parfume Gatsby	
	Pakai Baju sekolah	Pakai sepatu Converse	
	Sarapan Pagi	Susu Makan nasi goreng	
	Berangkat ke sekolah Naik Motor Honda Beat		
	Kedaung Wetan-Kedaung Baru-Selapajang		
	Sampai di sekolah		
	07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis Faber Castle Stadart
		Istirahat	Pop Ice, Tango, Ale-ale
10.10 - 12.25		Masuk lagi ke kelas	
	Pulang sekolah	Rutenya sama	
12.30 - 15.00	Sampai di rumah		
	Ganti Baju	akhir pekan ke tj pasir, metropolis	
	Makan Sholat		

16.00 - 18.00	Tidur Siang	
	Main Sepak Bola	
18.00 - 21.00	Mandi	
	Sholat, Ngaji Al-Qur'an	
	Nonton TV	Anak Jalanan, Go BMX
21.00 - 22.00	Main Hp Samsung	FB, BBM, SMS, Musik, google map
	Mengerjakan PR	
	Belajar dan Merapihkan buku	
	Tidur	

Target Audient 8

Tabel. 10

Waktu	Target Audiens	
	Dede Rasdi (Kelas 8 b)	
	Aktifitas	Produk
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat
	Mandi	Life Boy
		Nivea
		Pakai Pepsodent
	Dandan	Minyak Rambut Gatsby
		Parfume Belagio
	Pakai Seragam	Pakai sepatu Vans
	Sarapan Pagi	Minum The hangat
		Makan Nasi Uduk
	Berangkat sekolah	
Jalan Kaki	dari Kampung Pulo ke Gang Ambon	
07.15 - 09.40	Sampai di sekolah	
	Belajar di kelas	Pakai alat tulis

		Standart
		Stadler
	Istirahat	Pop Ice, Tango, Gorengan
10.10 - 12.25	Masuk lagi ke kelas	
	Pulang sekolah	(masih di sekolah)
	Sholat	
12.30 - 15.00	Makan	Indomie
	Eskul Pramuka & Paskibra	
		Akhir pekan ke tj.pasir
16.00 - 18.00	Pulang ke Rumah	
	Sholat	
	Main	Play Station
18.00 - 21.00	Mandi	
	Sholat, Ngaji	
	Nonton TV	Anak Jalanan RCTI
21.00 - 22.00	Main HP Samsung	im3, BBM, FB, SMS, Musik, google map
	Tidur	

Target Audiens 9

Tabel. 11

Waktu	Target Audiens	
	Irfan (Kelas 8 a)	
	Aktifitas	Produk
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat
	Mandi	Life Boy
		Gatsby
		Pakai Ciptadent
	Dandan	Minyak Rambut Gatsby

		Parfume Gatsby
	Pakai Baju sekolah	Pakai sepatu Converse
	Sarapan Pagi	air Putih
		Nasi Uduk/ Nasi Kuning
	Berangkat ke sekolah	
	Jalan kaki jarak dari sekolah kerumah 100 meter	
	Sampai di sekolah	
07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis
		Stadler
		Sinar Dunia
	Istirahat	Sprite, Indomie, Tango, Taro
10.10 - 12.25	Masuk lagi ke kelas	
	Pulang sekolah	Rutenya sama
	Sampai di rumah	Akhir pekan ke tj.pasir
12.30 - 15.00	Ganti Baju	
	Makan	
	Sholat	
16.00 - 18.00	Main	Play Station
	Sholat	
	Main	Futsal
18.00 - 21.00	Sholat, Ngaji Al-Qur'an	
	Nonton TV	Anak Jalanan, Tukang Bubur
		RCTI
	Main Hp LG	FB, BBM, LINE, SMS, Musik,
		google map
21.00 - 22.00	Mengerjakan PR	
	Belajar dan Merapihkan buku	
	Tidur	

Target Audiens 10

Tabel. 12

Waktu	Target Audiens	
	Raihan (Kelas 8 b)	
	Aktifitas	Produk
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat
	Mandi	Shinzui
		Nivea
		Pakai Pepsodent
	Dandan	Minyak Rambut Gatsby
		Parfume Casablanka
	Pakai Seragam	Pakai sepatu Carvil
	Sarapan Pagi	Minum The hangat
		Lontong Sayur
	Berangkat sekolah Naik Motor	
Mio Soul Yamaha		
dari Pintu Kapuk-Bojong Renged-Selapajang Jaya		
Sampai di sekolah		
07.15 - 09.40	Belajar di kelas	Pakai alat tulis
		Faber Castle
		Kiky
Istirahat	Big Cola, Es Camelo, Siomay	
10.10 - 12.25	Masuk lagi ke kelas	
	Pulang sekolah	Rutenya sama
	Sholat	
12.30 - 15.00	Makan	Akhir pekan ke tj.pasir
	Menjaga Warung Bapak	
16.00 - 18.00	Sholat	
	Main	Sepak Bola
	Mandi	
18.00 - 21.00	Sholat, Ngaji	

21.00 - 22.00	Nonton TV	Komika Vaganza, Mario Teguh
	Main HP Oppo	BBM, FB, SMS, Musik, google map, instgram
	Tidur	

Target Audiens 11

Tabel. 13

Waktu	Target Audiens	
	Nadia Nur Aliyah (Kelas 8 a)	
	Aktifitas	Produk
05.00 - 06.30	Bangun tidur	Sholat
	Mandi	Dove
		Garnier
		Pakai Pepsodent
	Dandan	Bedak Citra
		Parfume Putri
		Pakai Baju sekolah
	Sarapan Pagi	Susu
		Roti Sari Roti
		Berangkat ke sekolah
07.15 - 09.40	Jalan kaki jarak dari sekolah kerumah 100 meter	
	Sampai di sekolah	
	Belajar di kelas	Pakai alat tulis
		Faber Castle
10.10 - 12.25	Istirahat	Kiky
		Beng-beng, Baso, aqua
	Masuk lagi ke kelas	
	Pulang sekolah	Rutenya sama

12.30 - 15.00	Sampai di rumah Ganti Baju Makan Sholat	Akhir pekan ke Tangcity mall
16.00 - 18.00	Nonton TV Sholat	FTV SCTV
18.00 - 21.00	Main Sholat, Ngaji Al-Qur'an Nonton TV	Naik Motor Scopy Honda Jalan2 Anak Jalanan, Dangdut Academy
21.00 - 22.00	Main Hp Xiaomi Mengerjakan PR Belajar dan Merapihkan buku Tidur	FB, BBM, LINE, SMS, Musik

3.9. Studi Indikator

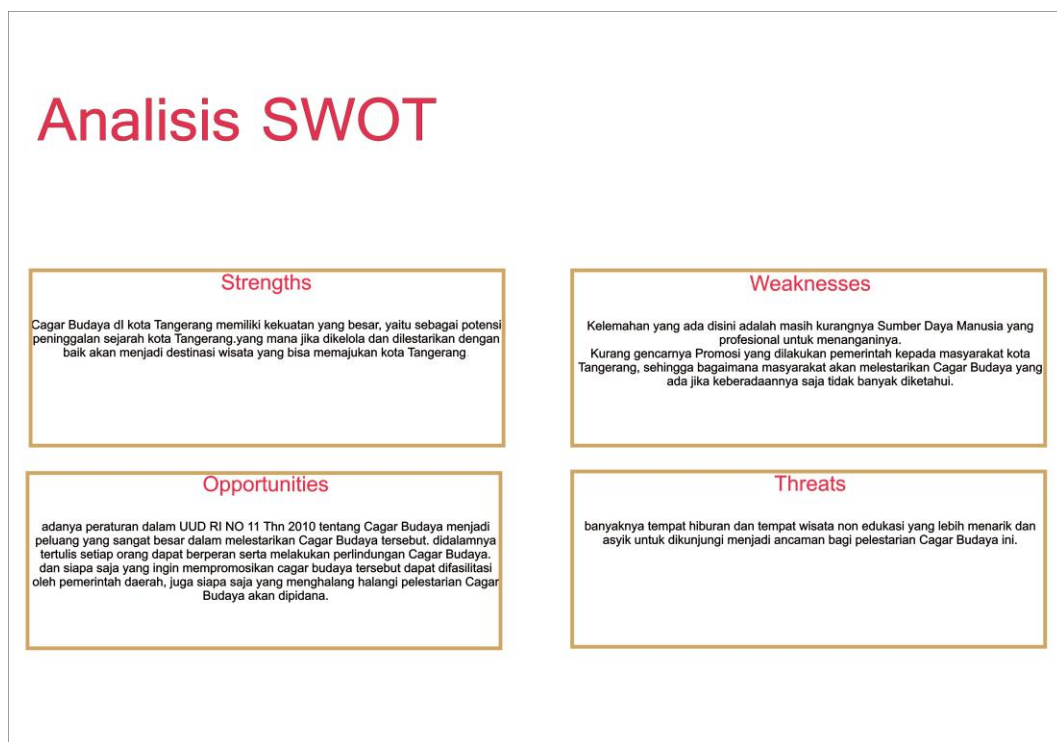


Gambar. 2

Dari studi indikator diatas, kesimpulan visual yang didapat adalah seringnya melihat tipe *font* tidak berkait (*sansserif*), dengan warna-warna terang dan cerah serta garis yang maskulin, sedangkan untuk gaya visual yang sering dilihat berupa fotografi.

3.10. Analisis SWOT

Analisis swot digunakan untuk mengetahui kekuatan dari apa yang menjadi objek penelitian, peluang, kesempatan, serta ancaman apa saja yang dapat mempengaruhinya. Sehingga dari sini kita dapat mendapatkan jawaban akan dibuat seperti apa penelitian ini nantinya? Apa yang ingin disampaikan?. Inilah hasil analisis swot yang telah diteliti:



Gambar. 3

3.11. What to say

Berdasarkan dari analisa diatas maka *what to say* yang didapat adalah “Memperkenalkan 9 Cagar Budaya di Kota Tangerang”. pesan yang ingin disampaikan adalah bagaimana masyarakat harus mengetahui terlebih dahulu

identitas dari 9 Cagar Budaya yang ada dikota tangerang. Jika masyarakat sudah mengetahuinya maka dengan sendirinya rasa ingin melestarikan, memiliki, mencintai sejarah kotanya sendiri akan muncul secara alami. Solusi yang ditawarkan adalah sosialisasi 9 Cagar Budaya di Kota Tangerang.yang dikemas dalam bentuk nama kegiatan Sosialisasi yaitu“ **SIRCUIT**” yang mana merupakan singkatan dari “ **Menyisir Cagar Budaya di Kota Tangerang**” dengan tagline “ **Banyak Ngider Makin Pinter!**” tema yang diusung “pembalap/ anak jalanan` yang menelusuri jalan, dari sekedar jalan jalan hingga mendapatkan banyak pengetahuan. Pembalap diibaratkan sebagai target yang mana target adalah para pembalap yang berlomba lomba untuk mencapai *finish* berlomba lomba mencari pengetahuan, agar ia menjadi juara dan dapat menjadi kebanggan baik untuk dirinya, keluarganya, maupun kota tempat tinggalnya.

BAB IV

KONSEP PERANCANGAN

4.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan dalam perancangan sosialisasi ini adalah pendekatan secara Emosional. Yaitu dengan mempergunakan sisi psikologis target, sosialisasi lebih cenderung mengikuti selera target sehingga target akan termotivasi untuk mengikuti hal yang disosialisasikan.

4.2. Strategi Pesan

4.2.1. Strategi pendekatan

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan informatif. Gaya pendekatan informatif dilakukan agar target mendapatkan informasi lebih luas dan menyeluruh. Karna dilihat dari data hasil penelitiannya menunjukkan kurangnya pengetahuan Target/ Masyarakat. Dengan pendekatan informatif maka tahapan sosialisasinya termasuk kedalam tahapan awal yaitu *Preparatory Stage*. Kemudian bentuk sosialisasi yang akan dibuat adalah sosialisasi formal, yaitu sosialisasi yang dilakukan melalui proses pendidikan / suatu lembaga formal karena penyelenggara sosialisasi ini adalah Dinas Pendidikan dan Kebudayaan. Media yang digunakan yaitu media sekolah, dimana media ini dinilai sangat efektif melihat target audiens dari sosialisasi ini adalah para pelajar.

4.2.2. Gaya eksekusi

Gaya eksekusi yang dipakai adalah gaya eksekusi dengan daya tarik fotografi fantasi yaitu dengan menampilkan gambaran berdasarkan angan angan target, sehingga target akan merasa bahwa hal itu sangat mencerminkan dirinya “gue banget” dengan sedikit dilebih lebihkan/ hiperbola sehingga termasuk kedalam fantasi.

4.3. Strategi Kreatif

4.3.1. Verbal

Dalam sosialisasi ini ada beberapa alternatif nama program dan tagline diantaranya:

a. Nama program

- *Road To Know*
- *Right Now! (Road is Get The Knowledge)*
- Belt Merah (Belajar Tanggap Mengenal Sejarah)
- Jok Merah (Jalan-jalan Oke Mengenal Sejarah)
- Sircuit (Menyisir Cagar Budaya Di Kota Tangerang)

b. Tagline

- Jalan-jalan Yuk !
- Banyak Jalan Banyak Tau
- Buka Wawasan dengan Jalan-jalan!
- Banyak Ngider Bikin Pinter !
- Gaul dong! Biar tau!
- Jalan Santai Jadi Pandai

program yang dipilih dan digunakan adalah **“SIRCUIT” (Menyisir Cagar Budaya Di Kota Tangerang)** dengan tagline **“banyak ngider makin pintar”** dengan pesan utama adalah mengajak target untuk banyak jalan, menelusuri sejarah yang ada di kotanya sehingga akan banyak pengetahuan baru yang akan mereka dapatkan setelah jalan jalan itu.

4.3.2. Visual

Visual yang akan ditampilkan berupa fotografi fantasi. Fotografi disini digunakan untuk mempertegas pesan yang akan disampaikan secara verbal serta memberi gambaran mengenai pesan tersebut

a. Visual dalam media

- Model : Daya tarik pada Cagar Budaya yang ada di Kota Tangerang.
Diantaranya :



Gambar. 4
Bendungan Pasar Baru



Gambar. 5
Museum Benteng Heritage



Gambar. 6
Klenteng Boen San Bio



Gambar. 7
Klenteng Boen Tek Bio



Gambar. 8
Masjid Jami Kalipasir



Gambar. 10
Lapas Pemuda



Gambar. 11
Lapas Anak Pria



Gambar. 12
Lapas Wanita



Gambar. 13
Stasiun Kereta Api Tangerang

- Typografi
- New Motor

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN OO
PP QQ RR SS TT UU VV WW XX YY ZZ
1234567890

- MV Boli

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr

Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

- Ar Essence

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww

Xx Yy Zz

1234567890

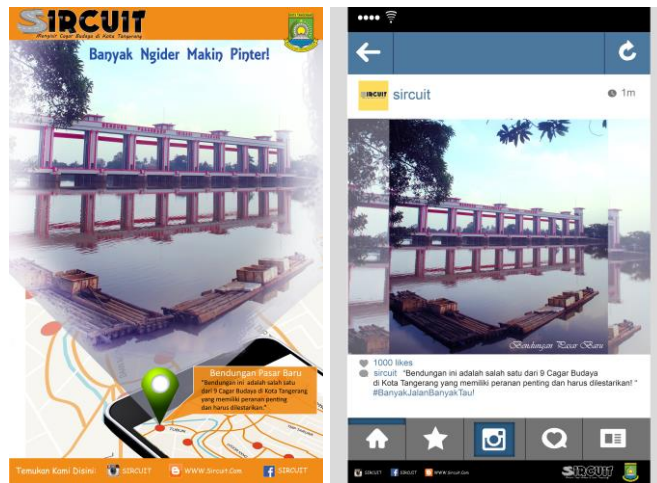
B. Visual Pendukung

- Elemen grafis : menggunakan garis dan potongan yang dinamis.
- Warna utama : Oranye, Putih
- Warna pendukung : Biru, Hitam, hijau

4.4. Perancangan Visual

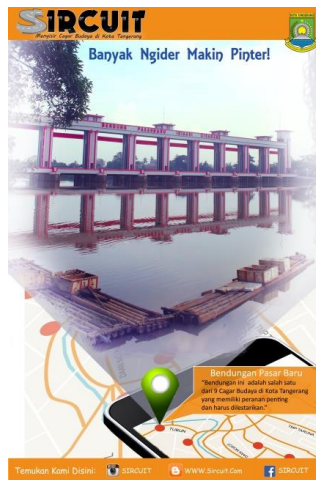
Pada perancangan visual terdapat 5 alternatif visual. Antara lain sebagai berikut:





Gambar. 14
Perancangan Visual

Dari ke 5 alternatif tersebut terpilihah satu alternatif dengan tema “Google Map” sebagai visual utama.



Gambar. 15
Visual Utama

. Tema yang ditampilkan seperti Google Map, dengan menampilkan Cagar Budaya yang ada seolah-olah keluar dari peta. Pemilihan Google Map ini berdasarkan dari studi indikator yang sebelumnya telah diteliti. Tujuannya agar target mengetahui lokasi keberadaan Cagar-cagar Budaya tersebut secara tidak langsung.



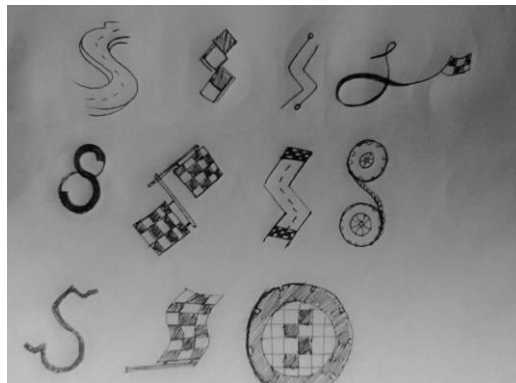
Gambar. 16

Peta Cagar Budaya

4.4.1. Logo Program

a. Visual Logo

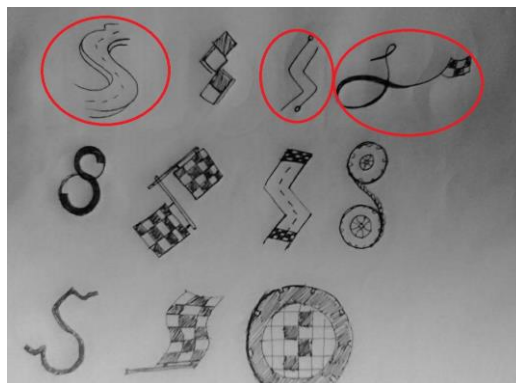
Dan untuk logo programnya terdapat beberapa alternatif visual.



Gambar. 17

Logo

Dipilih 3 logo alternatif.



Gambar. 18

Logo Alternatif

Akhirnya terpilih satu logo yang akan menjadi logo program. Dan yang dipilih adalah logo dengan tema seperti sirkuit sesuai dengan nama programnya.



Gambar. 19
Logo Program

b. Typografi Logo

untuk typografi yang akan mendampingi logo visual / logo type nya adalah font dengan tipe san serif (tidak berkait) dengan garis yang maskulin. Terdapat beberapa alternatif font yaitu:

SIRCUIT Agency FB

Menyisir Cagar Budaya di Kota Tangerang - Berlin Sans FB

SIRCUIT Bauhaus 93

Menyisir Cagar Budaya di Kota Tangerang - SimHei

SIRCUIT New Motor

Menyisir Cagar Budaya di Kota Tangerang - MV Boli

SIRCUIT Poplar Std

Menyisir Cagar Budaya di Kota Tangerang - Courier New

SIRCUIT AR ESSENCE

Menyisir Cagar Budaya di Kota Tangerang - Comic Sans MS

Maka font yang terpilih yang dapat mewakili karakter maskulin dan sesuai dengan nama programnya yaitu New Motor karena bentuknya yang unik dan terkesan maskulin, tidak berkait, dan mewakili tema programnya SIRCUIT (Menyisir Cagar Budaya di Kota Tangerang) bentuknya seperti tekstur ban motor. Dan untuk font pada kepanjangan dari nama programnya dipilih MV Boli karena simple, tidak berkait, dan pada huruf awal terlihat italic sehingga ada kesan cepat, berjalan, atau menyusuri didalamnya.

SIRCUIT New Motor

Sehingga terbentuklah visual Logo seperti ini :



Gambar. 20

Logo Visual

Visualisasi dari logo program berdasarkan studi visual sebagai berikut:

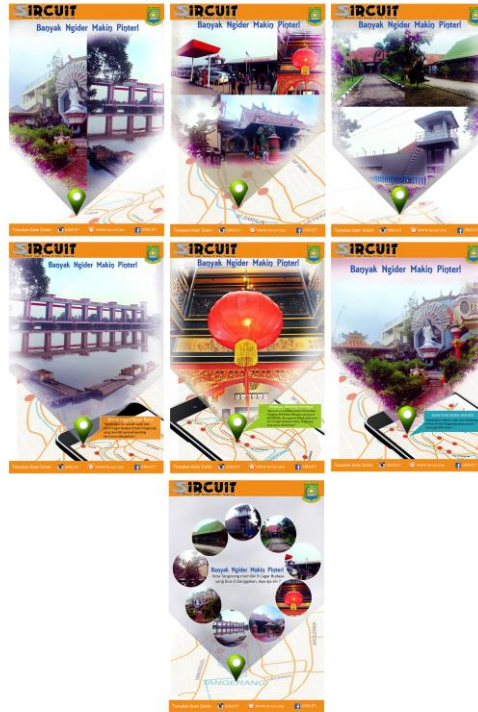


Gambar. 21
Visualisasi Logo Program

4.4.2. Perancangan Media

Pada perancangan medianya peneliti memilih media media *Below The Line* karena sesuai dengan target audiens yang akan dituju yaitu “ menengah ” dan juga media ini merupakan media yang ‘langsung’ mengena pada *audience* karena sifatnya yang memudahkan *audience* langsung menyerap satu produk/pesan saja. Media yang digunakan antara lain seperti: Poster (Media Utama), Flyer, Baliho, Trans Ad, Halte Ad, Spanduk, Sosial Media (Facebook), Web / Blog, Brosur, Umbul-umbul, Buku, Marchandise, Game, Sosialisasi.

- Poster



Gambar. 22

- Flyer



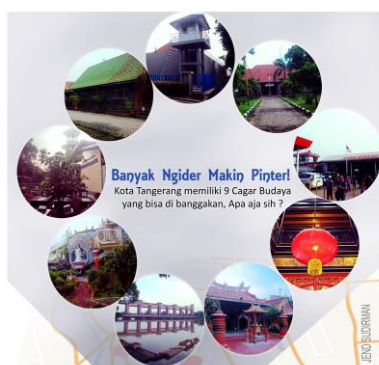
Gambar. 23

- Baliho



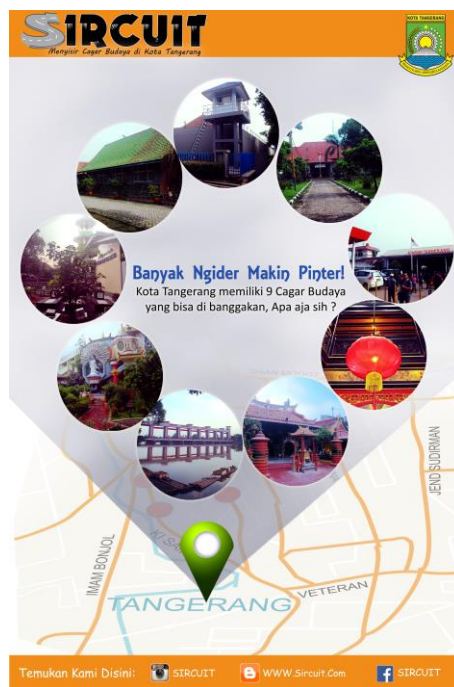
Gambar. 24

- Trans Ad



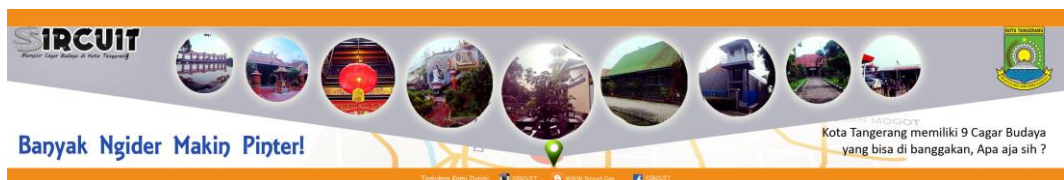
Gambar. 25

- Halte Ad



Gambar. 26

- Spanduk



Gambar. 27

- Sosial Media (Facebook)



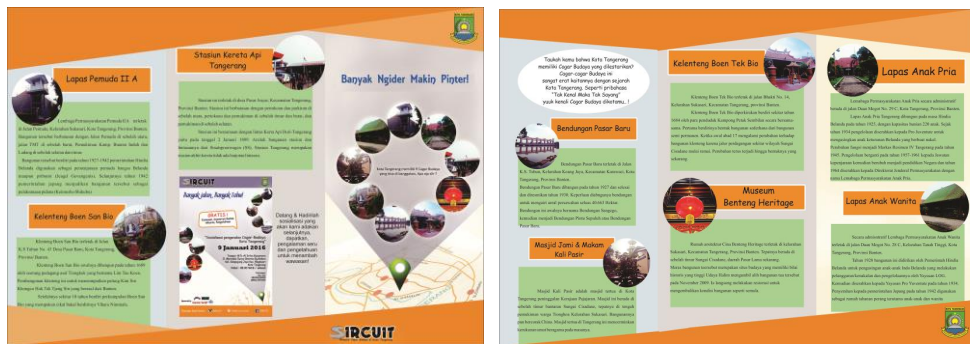
Gambar. 27

- Web / Blog



Gambar. 28

- Brosur



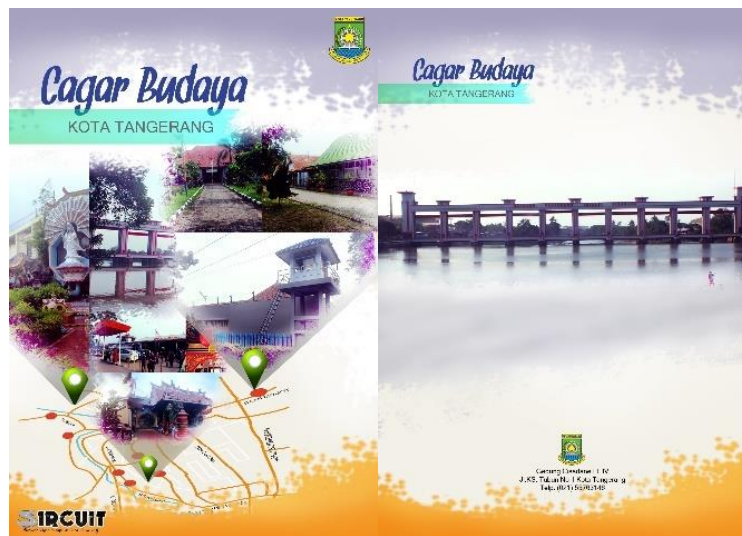
Gambar. 29

- Umbul-umbul



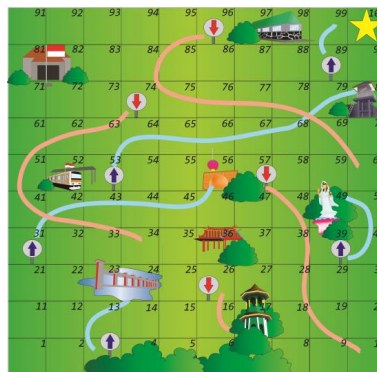
Gambar.30

- Buku Profile



Gambar. 31

- Game



Gambar. 32

- Maechandise



Gambar. 33

4.4.3. Strategi Media

Untuk strategi media yang digunakan peneliti memilih AISAS sebagai metode yang tepat, karena di AISAS, target mengikuti proses. Pertama, mereka menjadi sadar akan produk / apa yang disosialisasikan (*Attention*), mendapatkan rasa tertarik (*Interest*) tertarik ingin tahu lebih dalam, sehingga target akan mencari informasi yang relevan melalui internet (*Search*), setelah target mencari informasi maka akan menimbulkan rasa penasaran untuk mengikuti sosialisasi yang diadakan tersebut(Aksi), sehingga target akan berbagi pengalamannya/ pengetahuan yang didapat kepada teman temannya baik secara langsung maupun internet (*Share*).

Adapun penempatan media disesuaikan dengan strategi yang dipilih yaitu AISAS. Media Planning yang dibuat kurang lebih 3 (Tiga) bulan, terhitung dari bulan November sampai dengan bulan Januari. Penempatan media di[ilih dan ditempatkan berdasarkan *costumer journey*. Adapun media planning yang telah dibuat antara lain sebagai berikut ini:

Tabel. 14
Media Planning



Gambar. 34

Poster 2



Gambar. 35

Poster 3

- Flyer



Gambar. 36

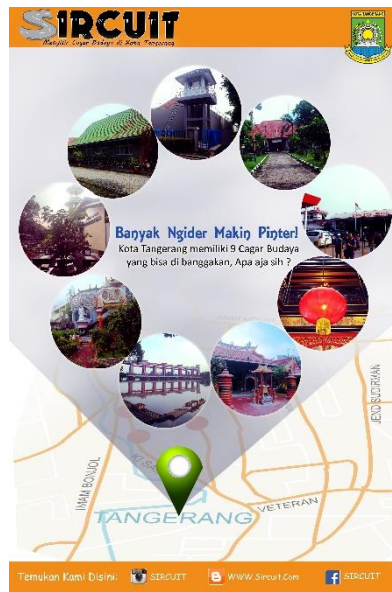
- Baliho



Gambar. 37

4.5.2. Interest

- Poster



Gambar. 38

- **Trans Ad**



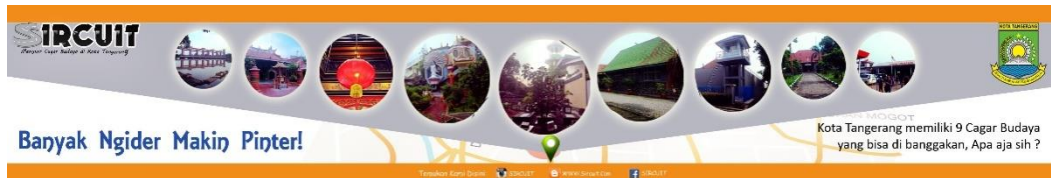
Gambar. 39

- Halte ad



Gambar. 40

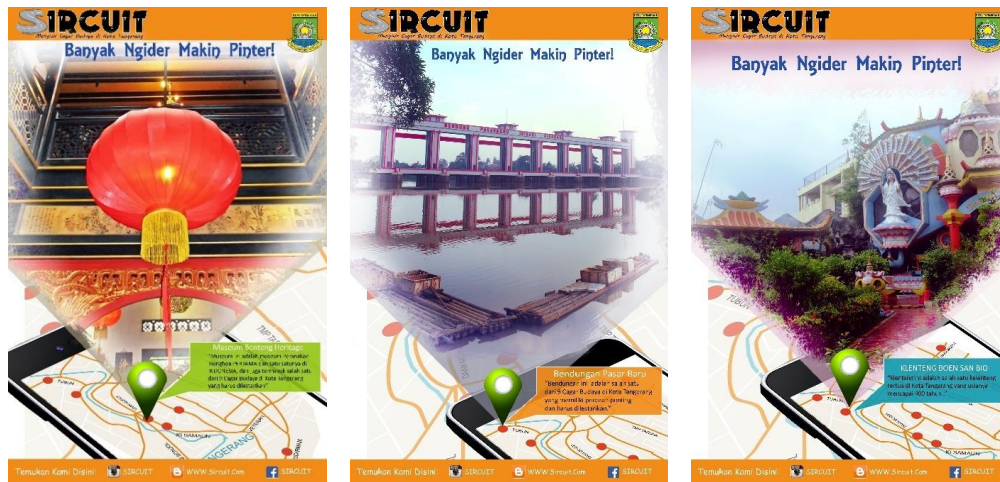
- Spanduk



Gambar. 41

4.5.3. Search

- Poster

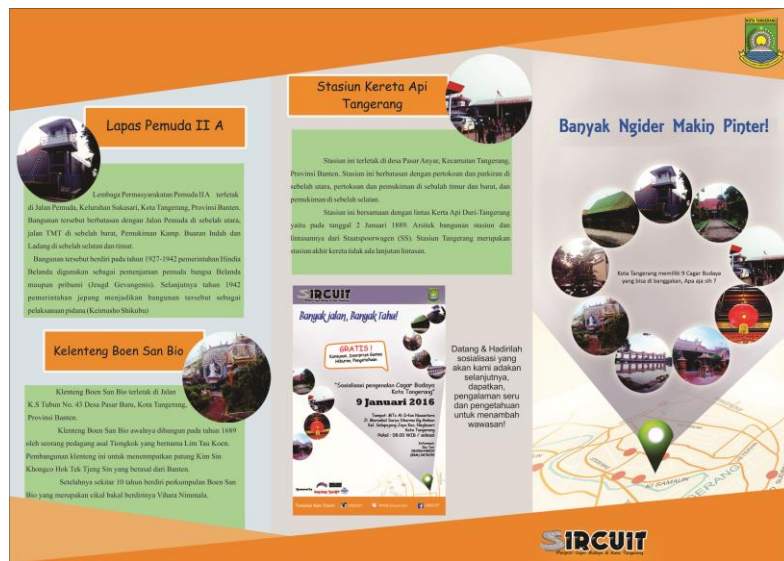


Gambar. 42

- Brosur



Tampak dalam



Tampak luar
Gambar. 43

- Media Sosial



Gambar. 44

- Baliho



Gambar. 45

4.5.4. Action

- Umbul-umbul



Gambar. 46

- Merchandise
 - Tempat Pensil



Gambar. 47

- Totebag



Gambar. 48

- Stiker



Gambar. 49

- Gantungan kunci



Gambar. 50

- Penggaris

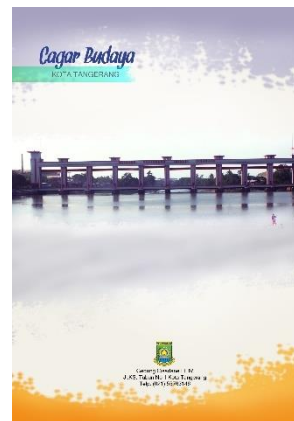


Gambar. 51

- Buku informasi



Tampak depan



Tampak Belakang

Kota Tangerang

Selamat Datang

Nama Tangerang berasal dari kata "Tangeran" yang berarti kota "Tanda", kemudian kata Tangerang berubah menjadi "Tangerang" disebabkan pengaruh ucapan dan dialek dari Tentara Korpri yang berasal dari Makassar.

Kota Tangerang yang terbentuk pada tanggal 28 Februari 1993 berdasarkan Undang-Undang No. 2 Tahun 1993 tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Tangerang, merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Tangerang. Kota Tangerang memiliki letak strategis karena berada di antara Provinsi DKI Jakarta, Kota Tangerang Selatan dan Kabupaten Tangerang. Posisi strategis tersebut menjadikan perkembangan Kota Tangerang berkembang pesat.

Peasatya Kota Tangerang didukung pula dari tersedianya sistem transportasi terpadu.

Bandungan Pasar Baru Masjid Jam' dan Makam Kuli Pasir
 Benteng Heritage
 Lembaga Permissyarakatan Anak Pria
 Lembaga Permissyarakatan Pemuda II A
 Klenteng Boen San Bio
 Stasiun Kereta Api Tangerang

Bandungan Pasar Baru

Bandungan Pasar Baru terletak di Jalan K.S. Tubun, Kelurahan Kuang Jaya, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang, Provinsi Banten.

Bandungan Pasar Baru dibangun pada tahun 1927 dan selesai dan diresmikan tahun 1930. Keperluan diabangnya bandungan untuk mengiri arsal penawahan seluas 663 Hektar. Bandungan ini awalnya bernama Bandungan Sanggo, kemudian menjadi Bandungan Peta Sepuluh atau Bandungan Pasar Baru.

Fungsi bangunan sebagai bandungan maka ini bangunan adalah untuk mengular air di Sungai Cisdane. Bangunannya terdapat 10 pintu air dari besi dan 11 bang penopangnya.

Konstruksi terbuat dari beton bertulang, pada sisi utara dan selatan bangunan terdapat rel rol yang digunakan untuk menyalurkan air pengalir jika ada pintu air yang rusak.

Bandungan memanjang dari timur ke barat dengan panjang 125 m dengan inkan 10 janam pintu air lebar pintu 10 m, 3 m, 3 m, 2 pintu penguras lumpur tinggi pintu bawah 5 m, tinggi pintu air atas 3 m, dan berat pintu masing masing 25 ton.

Sebelum barat bandungan terdapat bangunan bedahan penagi, yaitu bangunan reling besi dan besi. Bangunan tersebut digunakan untuk menyimpun lori digunakan untuk membawa pintu air pengalir gudang. Keadaun cukup terawat dan lori masih bias digunakan hingga sekarang.

Masjid Jam' dan Makam Kuli Pasir

Pada tahun 1740 pengelolan masjid diserahkan kepada Tunjeng Aria Ramdon putera dari Raden Bagus Uning Wisadaga. Aria Ramdon meninggal pada tahun 1780 dan dimakamkan di sebelah barat masjid. Sepeninggalnya beliau, pengelolan masjid diserahkan kepada putranya, yaitu Aria Tunjung Sutadilaga.

Pengantolan sebagai Tunjeng melalui Bulet VOC 16 Februari 1802. Aria Tunjung Sutadilaga meninggal dan dimakamkan di sebelah barat masjid tahun 1823 (seluasnya risan yang terdapat angka tahun). Pengelolan masjid diserahkan kepada putranya, yaitu Raden Aria star Diaga tahun 1830. Tahun 1865 pengurusan masjid dan makam dikelola oleh putr Raden Aria star Diaga, yaitu Ny Raden Djumut bernama suanda Raden Abdullah hingga tahun 1904. Selanjutnya dikelola oleh putranya bernama Raden Jaan Juidanegara. Pada kelahirannya terdapat perbaikan masjid dan pendirian menara di sisi tenggara masjid. Perombakan bagian dalam dilakukan pada tahun 1987 oleh beliau bernama H. Mubli, H. Abdul Kadir Banjar. Setelah sekian lama masjid kembali diperbaiki dan pemertanian menara pada tanggal 29 April 1959-Agustus 1962 masjid kemudian dikelola oleh putranya yang bernama

Bandungan Pasar Baru Masjid Jam' dan Makam Kuli Pasir
 Benteng Heritage
 Lembaga Permissyarakatan Anak Pria
 Lembaga Permissyarakatan Pemuda II A
 Klenteng Boen San Bio
 Stasiun Kereta Api Tangerang

Klenteng Boen Tek Rio

Klenteng Boen Tek Rio terletak di jalan Bhatik No. 14, Kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, provinsi Banten. Batas bangunan sebelah utara dengan Pasar Lama dan Pemukiman, sebelah timur dengan jalan Ciame, sebelah selatan dengan jalan Bhatik, serta sebelah barat dengan pemukiman.

Klenteng Boen Tek Rio diperkirakan berdiri sekitar tahun 1684 oleh para penduduk Kampung Petak Sembilan secara bersama-sama. Pertama berdirinya bentuk bangunan sederhana dan bangunan semi permanen. Ketika awal abad 17 mengalami perubahan terhadap bangunan klenteng karena jalur perdagangan sekitar wilayah Sungai Cisdane mulai ramai. Perubahan terus terjadi hingga beritanya yang sekarang Nama "Boen Tek Rio" memiliki arti secara harfiah, yaitu Boen (Benteng), Tek (Kebijakan), dan Bio (Rumah Badak).

Secara keseluruhan berarti tempat atau wadah bagi kaum strawan yang memiliki kebudayaan Klenteng tersebut memiliki kebarukan dengan dua Klenteng lainnya, antara lain Klenteng Boen San Bio dan Klenteng Boen Hap Bio.

Bila dikaitkan dengan dua Klenteng lainnya, klenteng tersebut memiliki filosofis, yaitu kebajikan selinggi gunung dan seluas lautan. Selain itu, secara Hong Sui (Tata arakigomene) posisi Klenteng Boen Tek Bio bersandar pada gunung dan menandung lautan.

Klenteng Boen Tek Bio tidak lepas dari keberadaan orang Tonghoa di Tangerang, dan selain Kota Tangerang. Keberadaan orang Tonghoa diperkirakan pada tahun 1407 di muara Sungai Cisdane (Teluk Nagai). Tujuan utama orang Tonghoa adalah menaja kota Jayakarta karena terjadi kesusahan perahu dan habisnya perkelakan maka terdampar di Kota Tangerang. Gelombang selanjutnya orang Tonghoa datang ke Tangerang sekitar 1740 setelah adanya pemabntaran orang Tonghoa di Batavia yang berhasil dipadamkan oleh VOC.

Masa pemukiman masyarakat Tonghoa pada saat ini adalah bertani. Pemukiman yang diselaikan oleh Belanda untuk masyarakat Tonghoa berupa pondok-pondok sehingga nama pemukiman berawal pondok, seperti Pondok Cabe, Pondok Jagung, Pondok Aren dan lain-lain. Wilayah Tegal Passi (Kali Pasir) didirkan kemudian, untuk pemukiman Tonghoa dengan nama lain Petak Sembilan. Seiring perkembangan waktu, daerah ini menjadi wilayah pusat perdagangan (Pasar Lama) di sebelah timur Sungai Cisdane.

Museum Benteng Heritage

beberapa dekorasi Tonghoa ditambahkan untuk mengukani nuansa Tonghoa. Penambahan partur atau dekorasi lembaran dilakukan berdasarkan real karena jika ada satu pun sumber yang mendeskripsikan keadilan bangunan, kemudian museum Benteng Heritage direkonstruksi pada 11 November 2011.

Bangunan Benteng Heritage dibangun sekitar abad 18 dengan arsitektur Cina yang sangat terlihat. Bangunan tersebut merupakan dua bangunan tembok yang diaduk satu. Hal tersebut terlihat bila dilihat dari luar bangunan. Sebenarnya bangunan tersebut kembar tiga karena salah satu bangunannya yang masih meng orng ten maka belum bias digunakan. Dua bangunan kembar ini masih mempertahankan bentuk aslinya baik secara eksterior dan interior bangunan ini sangat didominasi oleh warna merah dengan hiasan ornamen mitologi dan sebagainya. Bangunan ini berbetuk dua, dengan arah hadap bangunan ke barat. Pada lantai satu terdapat macam-macam lukisan dan mebel. Sedangkan pada lantai dua digunakan sebagai pameran koleksi barang-barang Tonghoa yang berupa artefak dan barang baru.

Museum Benteng Heritage
 Lembaga Permissyarakatan Anak Pria
 Lembaga Permissyarakatan Pemuda II A
 Klenteng Boen San Bio
 Stasiun Kereta Api Tangerang

Lembaga Permissyarakatan Anak Pria

Lembaga Permissyarakatan Anak Pria secara administratif berada di jalan Daan Mogot No. 29 C, Kota Tangerang, Provinsi Banten.

Bangunan tersebut berbatasan dengan Masjid Al-Ahram di sebelah selatan, Taman Madani Palawati di sebelah barat, jalan Daan Mogot di sebelah utara dan jalan Satra Sudirman di sebelah timur.

Lembaga Anak Pria Tangerang dibangun pada masa Hindia Belanda pada tahun 1925, dengan kapasitas rumah 220 anak. Sejak tahun 1934 pengelolan diserahkan kepada Pro Juventute untuk mengasukan anak kelurahan Belanda yang bebuat nakal. Perubahan fungsi menjadi Markas Resimen IV Tangerang pada tahun 1945.

Pengelolaan berganti pada tahun 1957-1961 kepada Jawatan keperawatan kemudian berubah menjadi pendidikan diagen dan tahun 1964 diserahkan kepada Direktorat Jenderal Permissyarakatan dengan nama Lembaga Permissyarakatan Anak Pria.

Bangunan Lembaga Permissyarakatan Anak Pria berbetuk pada tanah milik Nagara dengan luas 12.150, dengan luas bangunan 3.350, dan menghadap ke utara. Bangunan ini memiliki tiga tahap pembangunan (hasil wawancara).

Bangunan pertama yang berbetuk persegi seperti benteng karena pada saat keempat sudutnya berbetuk seperti belah ketupat diamond. Tahap pendirian awal pada tahun 1925. Tahap kedua pada bangunan bagian tengah yang sekarang digunakan sebagai ruang tahanan dan kantor administrasi. Dan hasil wawancara, tahap kedua dibangun sekitar tahun 1970-an. Selanjutnya tahap ketiga dibangun sarana perbadatan dan olahraga di sisi barat dan timur bangunan tahanan pada tahun 2010. Bagian pintu dan pendua telah banyak berubah kecuat pada pintu masuk utama sudah mengalami pengantian bahan dan bentuk. Bagan kusen dan pintu pada bangunan ternyata berbetuk bevar. Setiap ujungnya terdapat dua tiang.

Perubahan yang banyak berubah pada bagian gerbang, pintu tahanan, utama dan beberapa laini lainnya. Setiap bangunan pertama yang berbetuk di tengah obeliskid diart. Bagan besi. Sebelah kanan kiri pintu masuk utama digunakan sebagai lorong.

Lembaga Permissyarakatan Anak Wanita

Pada bagian muka bangunan lapis tersebut terdapat dua lapangan yang kelopong jalan. Lapangan sebelah selatan terdapat loteng yang tingginya kurang lebih sepuluh 10 m, bagian dalam bangunan terbagi dalam dua bagian, yaitu bagian utara dan selatan. Bagian utara terdapat 5 bangunan, 2 bangunan paviliun yang salah satunya diberikan pagar teralis, 1 bangunan untuk depur, 1 ruang pendidikan dan 1 bangunan ket.

Bagian selatan terdapat dua bangunan paviliun, 1 ruang dala, 1 mushola dan 1 ruang kegiatan kerja. Bangunan lainnya yaitu ruang aula yang betuk dibagian timur lapas, berseberangan dengan bangunan kantor serta menara air dibagian tengah lapas. Pada bangunan lapis ini ada sebagian yang telah mengalami perubahan pada grendel karena mengalami kesusahan dan bentuk grendel telah tidak diproduksi lagi di masa sekarang.

Lembaga Permissyarakatan Anak Wanita
 Lembaga Permissyarakatan Pemuda II A
 Klenteng Boen San Bio
 Stasiun Kereta Api Tangerang

Lembaga Permissyarakatan Pemuda II A

Lembaga Permissyarakatan Pemuda II A terletak di Jalan Pemuda, Kelurahan Sukasari, Kota Tangerang, Provinsi Banten.

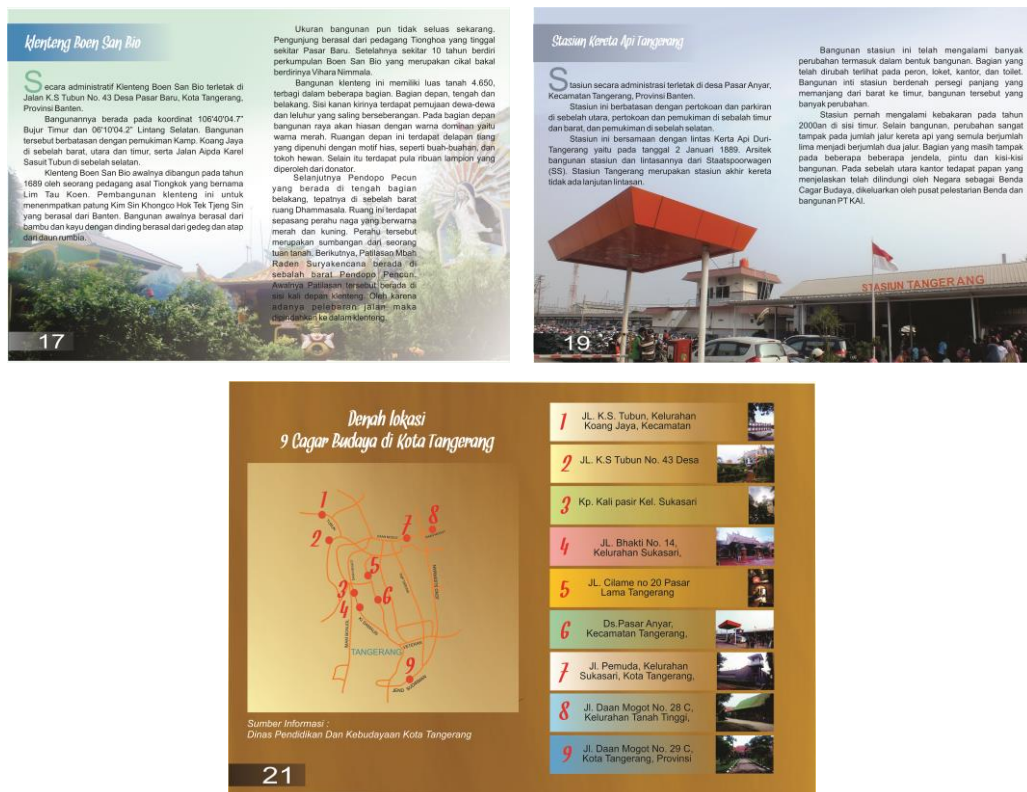
Bangunan tersebut berbatasan dengan Jalan Pemuda di sebelah utara, jalan TMT di sebelah barat, Pemukiman Kamp. Buaran Indah dan Ladang di sebelah selatan dan timur.

Bangunan tersebut berdiri pada tahun 1927-1942 pemerintahan Hindia Belanda digunakan sebagai pemukiman pemuda berta Belanda maupun pribumi (Jeugd Gevangenis). Selanjutnya tahun 1942 pemerintahan jepang menjadikan bangunan tersebut sebagai pelaksanaan pidana (Kelmabro Shalabu).

Pemerintah Belanda (Palang Merah NICA) tahun 1946-1948 digunakan sebagai tempat penampungan pengungsi Cina Peralaman. Tahun 1948-1950 oleh pemerintah Indonesia dijadikan tempat untuk pelaksanaan pemeraan bagi pemuda.

Selanjutnya dikelola oleh pemerintah Indonesia dengan fungsi yang berubah. Tahun 1950-1964 digunakan sebagai pelaksanaan pidana penjara untuk pemuda (Rumah Penjara Anak-anak). Setelah berubah menjadi Lembaga Permissyarakatan Khusus Pemuda pada tahun 1964-1965.

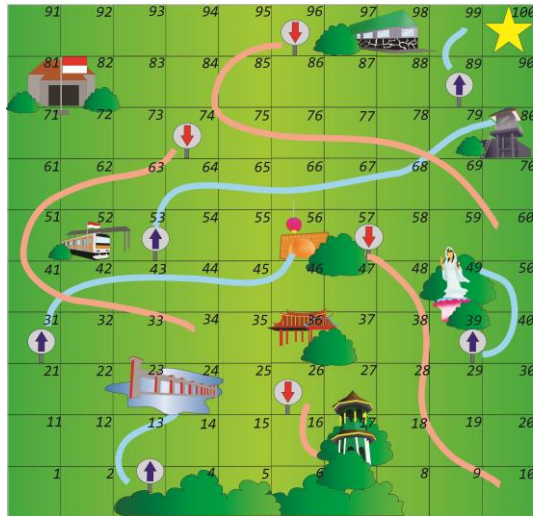
Kemudian tahun 1965-1978 digunakan sebagai tempat pmdanaan narasidana pemuda dan pusat Rehabilitasi Tahanan G 305/PIK dengan sebutan Lembaga Permissyarakatan Khusus Pemuda. Pada tahun 1978-1984 digunakan sebagai tempat pelaksanaan permissyarakatan untuk pemuda (Lembaga Permissyarakatan Klas II A Pemuda Tangerang). Pada tahun 1984 hingga sekarang pelaksanaan permissyarakatan untuk pemuda termasuk juga sebutan Lembaga Permissyarakatan Klas II A Pemuda Tangerang.



Gambar. 51

- Game

Game ini berupa game aplikasi untuk smartphone yang cara kerjanya mirip dengan permainan tradisional ular tangga, hanya saja tampilannya dan peraturannya dibuat sedikit berbeda. Papan permainan dibuat menyerupai sirkuit, beberapa kotak tertentu memiliki pertanyaan tersendiri tentang setiap cagar budaya yang ada di kota Tangerang. Bila si pemain bisa menjawab, maka ia akan mendapat instruksi untuk maju beberapa langkah. Bila ia tidak bisa menjawab, maka pemain diminta untuk mundur beberapa langkah. Dan juga bila menemukan tanda panah naik maka pemain dipersilahkan naik / melewati beberapa kotak sampai kotak yang ditentukan juga sebaliknya.



Gambar. 52

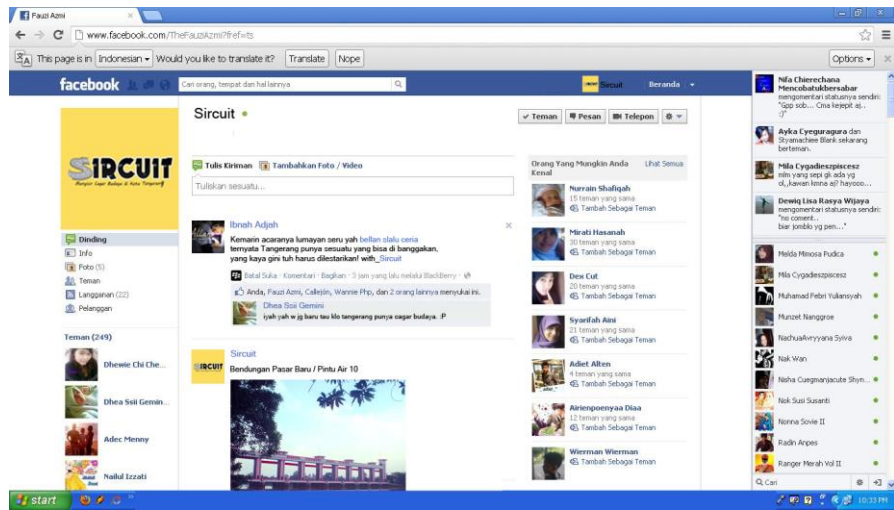
4.5.5. Share

- Web blog



Gambar. 53

- Media sosial (Facebook)



Gambar. 54

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan observasi lapangan, diketahui bahwa Kota Tangerang sebenarnya memiliki potensi wisata sejarah yang cukup banyak. Ada Sembilan cagar budaya di dalam kota Tangerang tetapi sebagian besar masyarakat tidak mengetahui keberadaannya. Sehingga mereka tidak menyadari akan pentingnya melestarikan cagar budaya yang sebenarnya merupakan warisan leluhur kita.

Sosialisasi merupakan proses pembelajaran nilai dan norma sosial untuk membentuk prilaku dan kepribadian individu dalam masyarakat. Sosialisasi juga dinilai mempunyai fungsi / peranan yang sangat penting, seperti diantaranya:

- Membentuk pola perilaku individu
- Menjaga keteraturan hidup dalam masyarakat
- Menjaga integrasi kelompok dalam masyarakat

Dengan adanya sosialisasi ini, masyarakat diajak untuk mengenal lebih jauh tentang Sembilan cagar budaya yang ada di kota Tangerang khususnya target utamanya yaitu para pelajar di kota Tangerang.

5.2. Saran

Untuk mencapai hasil yang lebih maksimal, diharapkan pihak pemerintah untuk mendukung dan bekerja sama dengan tiap-tiap pengelola cagar budaya untuk menjaga dan melestarikan cagar budaya yang sudah ada agar cagar budaya itu dapat menjadi destinasi wisata sejarah Kota Tangerang yang layak ke depannya.

Dan diharapkan dengan adanya sosialisasi ini, kesadaran masyarakat menjadi lebih tinggi sehingga mereka turut melestarikan cagar budaya tersebut tanpa ada paksaan.