

# **MUSEUM SRI BADUGA**

**(KELOMPOK 3)**



**Oleh :**

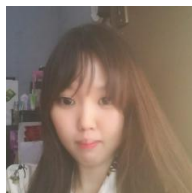
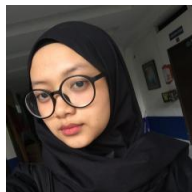
**Alit Cahya Wildhani - 51918209**

**Much. Sopyan Sauri - 51918219**

**Felina Gabriella - 51918222**

**Rizqy Erent Annisa M. E - 51918226**

**DKV 6**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS DESAIN**

**UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA**

**2020**

## Target Audience

### Demografi

Usia : Berkisar antara 13-17 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Status Ekonomi : Menengah atas

Pendidikan : Pelajar dan Mahasiswa

### Geografis

Wilayah : Kota Bandung di Jawa Barat

Segmentasi geografis yang dipilih ada'ah masyarakat daerah urban dan sub-urban di Indonesia, terutama kota Bandung, Jawa Barat. Bandung sebafai wilayah segmentasi karena sebagai ibukota provinsi Jawa Barat. Audiens efektif yang dipilih adalha masyarakat suku Sunda karena kisah Sri Baduga Maharaja merupakan sejar wilayah Sunda. Wilayah urban dan sub-urban dipilih karena memiliki akses penyebaran informasi dan distribusi yang mudah.

### Psikografis

Psikografis adalah segmentasi terhadap sikap dan perilaku masyarakat. Psikografis digunakan untuk penggambaran perilaku konsumen pada aktivitasnya. Perilaku remaja cenderung mengikuti apa yang ingin dilakukan bukan apa yang benar dan salah. Pola perilaku remaja cenderung perbuatan meniru dari apa yang biasa dilihatnya. Hal ini terjadi berkaitan dengan ego. Menurut Santrock (2003) "remaja adalah masa dimanaseseorang diharapkan mampu untuk menemukan siapa diri mereka,dan kemana mereka akan menuju dalam hidupnya melalui suatuproses eksplorasi" (h.49).Maka dari itu, psikografis remaja cocok dipilih karena dengan menyajikan kisah Sri Baduga Maharaja kepada remaja dapat membantu dengan inspirasi dalam membangun pribadi.

Gaya hidup khalayak sasaran dari usia yang telah ditentukan juga berpengaruh terhadap perancangan media informasi ini. Salah satu gaya hidup remaja saat ini adalah aktivitas menonton. Baik media konvensional maupun media kontemporer banyak aktivitas melihat tayangan-tayangan berupa video. Aktivitas berkunjung ke bioskop, melihat konten Youtube dan Instagram, dan menonton televisi menjadi contoh bahwa aktivitas menonton sering dilakukan.