



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sebagai satu-satunya museum dengan koleksi layang-layang di Indonesia, Museum Layang-layang Indonesia telah menjadi ruang kreatif dan sarana edukasi bagi berbagai lapisan dan golongan masyarakat khususnya di Jakarta. Namun, identitas yang ada belum dapat tersampaikan pada masyarakat sesuai dengan visi misi museum. Belum adanya identitas yang representatif dan panduan baku mengenai sistem identitas tersebut yang menjadi salah satu faktor museum tersebut belum terkenal luas di masyarakat. Selain representatif sebuah logo dan sistem identitas hendaknya unik agar mudah diingat dan dikenali oleh masyarakat.

Hal-hal tersebut harus segera dibenahi untuk kemajuan museum. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan perancangan ulang *brand identity* Museum Layang-layang Indonesia untuk membenahi permasalahan tersebut. Pihak museum mengakui bahwa museum tersebut belum memiliki logo yang representatif serta tidak adanya panduan baku mengenai sistem identitas tersebut. Hal ini juga didukung oleh kuisisioner online yang penulis lakukan yang menyatakan bahwa terdapat kesalahan interpretasi dalam memaknai logo yang ada. Kemudian data yang penulis dapatkan melalui berbagai sumber ini menjadi bahan pertimbangan untuk membuat logo dan identitas visual dari museum. Selain itu penulis merancang sebuah *GSM* sebagai acuan yang baku dalam pengaplikasian logo dan aspek identitas visual lainnya.

Melalui perancangan ini, penulis semakin sadar akan pentingnya identitas visual sebagai ‘wajah’ dari sebuah *brand*. Selain itu logo dan aspek visual lain yang unik juga sangat berperan dalam menjaga integritas dari sebuah *brand* dan menjadi alat pembeda dengan *brand* lainnya.

5.2 Saran

Dalam proses perancangan tugas akhir, hal yang sangat penting adalah *time management*. Sebagai mahasiswa tingkat akhir pembagian waktu yang baik sangat penting untuk mengoptimalkan proses dan juga hasil tugas akhir. Selain itu kebiasaan menunda-nunda pekerjaan dapat berakibat sangat fatal, untuk menghindari hal tersebut yang dapat dilakukan adalah menyusun skala prioritas dengan baik dan juga memberikan *reward* kecil kepada diri sendiri sebagai pemacu semangat setiap kali menyelesaikan sebuah target. Selain itu, penulis berharap penelitian ini kelak dapat menginspirasi penelitian-penelitian berikutnya khususnya dalam perancangan *brand identity* dengan objek penelitian museum.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA