



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kota Palembang adalah ibukota provinsi Sumatera Selatan, Kota tersebut merupakan salah satu tempat destinasi wisata. Masyarakat pada umumnya hanya mengetahui destinasi wisata di kota Palembang meliputi 3 hal yaitu wisata kuliner, wisata budaya dan wisata alam. Namun sebenarnya, Palembang masih menyimpan sebuah destinasi wisata yang layak dikunjungi yaitu wisata sejarah. Wisata sejarah di Palembang salah satunya adalah Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Museum tersebut adalah salah satu museum yang menampilkan benda-benda sejarah kesultanan dan merupakan sumber literatur yang menceritakan terbentuknya kota Palembang. Menurut Ibu Kiki yang merupakan staf museum Sultan Mahmud Badaruddin II, sampai sekarang museum ini menyimpan kurang lebih 669 buah koleksi benda sejarah. Disisi lain, museum ini juga masih memegang teguh nilai kearifan lokal yang terlihat pada saat masuk pengunjung harus melepaskan alas kaki dan nilai historis yang masih sangat kental dimana bangunan museum tersebut merupakan bangunan asli peninggalan Belanda.

Secara umum visi dan misi dari museum ini adalah tempat yang dijadikan sebagai destinasi wisata yang bertaraf internasional, sebagai media pembelajaran dan pemahaman serta tempat memelihara, merawat dan menyimpan benda masa lalu. Namun pada kenyataanya, visi dan misi dari museum ini belum dapat

tersampaikan dan terealisasikan. Pengelola menyadari Museum Sultan Mahmud Badaruddin II membutuhkan sebuah pembaharuan citra. Pembaharuan ini bertujuan untuk menyatukan persepsi masyarakat bahwa museum ini merupakan salah satu destinasi wisata andalan yang bertaraf internasional kepada masyarakat.

Bapak Sudirman Tegoeh selaku pengelola dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II menambahkan bahwa, dikarenakan adanya Asian Games 2018 diperkirakan akan ada kunjungan lebih besar daripada tahun-tahun sebelumnya. Sehingga museum akan melakukan persiapan yang diawali dengan memperbaiki infrastruktur, spesifikasi koleksi dan penambahan beberapa fasilitas. Spesifikasi koleksi yang akan dilakukan berupa penambahan dan pengurangan barang sejarah, sehingga barang-barang yang ada di museum Sultan Mahmud Badaruddin II lebih menonjolkan peninggalan-peninggalan Kesultanan Palembang saja.

Terkait dengan hal tersebut museum Sultan Mahmud Badaruddin II juga membutuhkan sebuah identitas visual baru agar dapat merujuk pada *image* dari visi dan misi museum itu sendiri. Menurut Aaker, identitas *brand* seharusnya dapat mendukung sebuah hubungan antara *brand* dengan konsumen yang menghasilkan sebuah nilai proporsi yang melibatkan fungsional, emosional dan manfaat pribadi (1996, hlm. 68).

*Rebranding* dipilih sebagai solusi dalam permasalahan di museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Karena pada dasarnya, suatu *brand* dianggap berhasil apabila masyarakat dari berbagai generasi memiliki *brand promise* yang sama (Moote, 2013. Hal 90). Sehingga *rebranding* yang akan dilakukan ini nantinya

akan membuat museum Sultan Mahmud Badaruddin II mampu mengkomunikasikan image baru museum yang merupakan sebuah tempat wisata sejarah Kesultanan Palembang yang bertaraf Internasional.

### 1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *rebranding* museum Sultan Mahmud Badaruddin II di Palembang?

### 1.3. Batasan Masalah

Dalam perancangan *rebranding*, ada beberapa hal yang harus di batasi. Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Segmentasi

##### 1. Geografis

Secara khusus wilayah yang menjadi target adalah wilayah Palembang dan sekitarnya, dan secara umum targetnya adalah Indonesia dan mancanegara.

##### 2. Demografis

*Rebranding* museum ini di khususkan untuk:

- Usia : Primer, 17-21 tahun  
Sekunder, 22-40 tahun
- Pendidikan : SMA Hingga S1
- Status Ekonomi : Ses A dan Ses B
- Pekerjaan : Wiraswasta, Pelajar, Mahasiswa.

### 3. Psikografis

Target dari *rebranding* museum ini di khususkan untuk semua orang yang gemar berwisata dan menghargai sejarah.

#### b. *Positioning*

Penulis memposisikan museum Sultan Mahmud Badaruddin II menjadi salah satu destinasi wisata yang bertaraf Internasional.

#### c. Batasan Perancangan

Dalam perancangan *rebranding* museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini ada beberapa batasan perancangan didalamnya. Perancangan ini hanya sebatas membuat identitas visual baru bagi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II dan membuat system visual yang berupa *brand book* untuk museum tersebut. Perancangan-perancangan tersebut secara teknis dibuat tanpa mengubah tema dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II itu sendiri.

#### 1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang *rebranding* museum Sultan Mahmud Badaruddin II di Palembang, agar setiap masyarakat memiliki pemahaman citra yang sama pada *brand* museum ini.

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dapat dibagi menjadi tiga bagian antara lain:

### a. Manfaat Bagi Penulis

Pembuatan rancangan tugas akhir ini memiliki manfaat bagi penulis yaitu sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) di Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai salah satu media pembelajaran penulis agar memiliki wawasan dan pengetahuan yang berfokus terhadap *branding*.

### b. Manfaat Bagi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II

Bagi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II manfaat yang didapat adalah memiliki sebuah tampilan *brand* baru yang nantinya diharapkan akan berdampak pada perkembangan museum itu sendiri dan agar masyarakat memiliki satu pemahaman tentang citra dari museum ini.

### c. Manfaat Bagi Universitas Multimedia Nusantara.

Perancangan *rebranding* memiliki manfaat bagi Universitas agar digunakan adik – adik mahasiswa sebagai acuan pembelajaran untuk membuat tugas akhir mereka yang bertemakan *branding*.

U  
M  
N  
U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
A  
S  
M  
U  
L  
T  
I  
M  
E  
D  
I  
A  
N  
U  
S  
A  
N  
T  
A  
R  
A