



### **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 III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Gambaran Umum Museum Sultan Mahmud Badaruddin II**

##### **3.1.1. Profil dan Sejarah Museum**

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II adalah museum yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan Kota Palembang. Pada awalnya bangunan ini adalah bangunan yang merupakan area dari Kesultanan Palembang yang kemudian dihancurkan oleh Belanda. Bangunan pada ini didirikan kembali pada tahun 1823 dan selesai pada tahun 1825 di masa pemerintahan kolonial Belanda. Sempat mengalami beberapa perubahan fungsi dimana setelah menjadi kantor residen Belanda, bangunan ini menjadi markas kolonial Jepang, markas Kodam Sriwijaya pada masa setelah kemerdekaan dan akhirnya pada tahun 2004 bangunan ini menjadi museum yang bernama Sultan Mahmud Badaruddin II. Museum ini terletak tidak jauh dari sungai Musi dan dekat dengan kawasan Benteng Kuto Besak.

##### **3.1.2. Visi dan Misi Museum**

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II memiliki visi dan misi, antara lain:

Visi:

Menjadi sumber informasi sejarah dan busaya Palembang dengan pengelolaan internasional.

Misi:

- Memperagakan dan mengkomunikasikan koleksi museum.
- Menyediakan informasi dan materi edukasi sejarah dan budaya Palembang.

- Mendokumentasikan dan mengkonservasikan koleksi museum.
- Melakukan penelitian koleksi dan pengembangan museum.
- Melakukan kerjasama dengan instansi dan sekolah.
- Melakukan pengelolaan museum secara professional.
- Memberikan pelayanan jasa permuseuman.

### 3.1.3. Koleksi Museum

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II termasuk museum umum karena dalam penyajiannya dapat mencakup beberapa tema serta koleksi dengan beberapa klasifikasi benda sejarah. Hingga sekarang koleksi yang ada di museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini sebanyak 669 koleksi, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1. Tabel Klasifikasi Koleksi Museum  
( <http://asosiasimuseumindonesia.org/>, 26 Mei 2018 )

NO	Jenis Koleksi	Jumlah
1.	Biologika	15
2.	Etnografika	209
3.	Arkeologika	10
4.	Historika	23
5.	Numismatika/ Heraldika	173
6.	Filologika	9
7.	Keramalogika	117
8.	Seni Rupa	6
	Total	669

### **3.1.4. Layanan Museum**

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II menyediakan layanan berupa adanya *tour guide* yang dapat membantu para pengunjung agar mengetahui lebih mendalam tentang apa saja yang diceritakan di museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Biasanya *tour guide* berjaga disekitar museum dan selalu siap melayani pengunjung.

## **3.2. Metode Pengumpulan Data**

### **3.2.1. Wawancara**

Menurut Sarwono (2006), Wawancara adalah salah satu metode kualitatif yang dapat dibagi menjadi 3 kategori, yaitu wawancara dengan pembicaraan informal, wawancara umum terarah dan wawancara terbuka yang standar (hlm. 224). Wawancara yang penulis gunakan sebagai acuan untuk mencari beberapa informasi dari Museum Sultan Mahmud Badaruddin II adalah dengan menggunakan metode wawancara umum yang terarah. Penulis melakukan wawancara pertama kali dengan Bapak Sudirman Tegoeh yang merupakan Kepala Dinas Provinsi Kebudayaan dan Ibu Kiki selaku *staff* dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II yang dilakukan pada tanggal 26 Maret 2018. Selanjutnya penulis beberapa pengunjung yang ada di museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

Wawancara ini menjadi acuan penulis untuk mengetahui kondisi terkini dari Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Nantinya hasil dari wawancara ini akan dianalisis dan diolah lagi untuk membuat sebuah *brand* yang baru untuk museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

### 3.2.1.1. Hasil Wawancara

Dalam pengumpulan data dari wawancara ada beberapa sumber yang penulis temui untuk mendapatkan data tentang museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Pertama kali untuk mendapatkan data penulis menemui Bapak Sudirman Tegoeh yang merupakan Kepala Dinas Kebudayaan Kota Palembang. Dari hasil wawancara Bapak Sudirman menjelaskan bahwa museum ini adalah salah satu destinasi wisata yang harus dikunjungi saat datang ke Palembang, beliau juga memperkuat argumen tersebut dengan mengatakan bahwa wisatawan belum merasa ke Palembang jika belum datang ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Menurut ibu Kiki, antusias pengunjung yang datang ke museum Sultan Mahmud Badaruddin II yang memiliki sebutan rumah siput ini setiap tahunnya meningkat dimana pada tahun 2017 kemarin, pengunjung yang datang ke museum mencapai 21.469 yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, pengunjung umum dan wisatawan mancanegara.

Menurut beliau, konsep dari museum ini sendiri adalah untuk memperkenalkan dan menampilkan barang-barang peninggalan Kesultanan Palembang Darusalam. Dari konsepnya tersebut museum ini memiliki visi dan misi yang secara umum dapat penulis ketahui yaitu menjadi sebuah wisata dan sumber informasi sejarah kota Palembang dengan pengelolaan yang bertaraf internasional. Tetapi visi dan misi yang sudah ada ini belum bisa tercapai karena strategi yang digunakan museum selama ini belum bisa menyampaikan visi dan misi ini kepada masyarakat.

Pernyataan dari Bapak Sudirman di perkuat dengan pernyataan yang diberikan beberapa pengunjung. Beberapa pengunjung yang penulis wawancarai juga mengatakan bahwa museum ini belum bisa dikatakan bertaraf internasional karena infrastruktur dan media pendukung museum ini belum memadai.



Gambar 3.1. Foto Bersama Bapak Sudirman Tegoeh

Di lain pihak, museum ini sangat menginginkan perubahan agar menjadi sebuah museum yang layak dan lebih baik lagi dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini didukung dengan adanya Asian Games yang akan diadakan di kota Palembang yang membuat museum ini akan menjadi salah satu tempat kunjungan bagi para wisatawan asing. dengan adanya momen tersebut museum ini akan melakukan renovasi yang akan dimulai pada bulan April 2018. Bapak Sudirman berharap dengan adanya renovasi ini membuat museum menjadi lebih layak untuk dikunjungi baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Ibu Kiki juga menambahkan bahwa renovasi yang akan dilakukan bertujuan untuk memperbaiki infrastruktur dari museum dan merubah tata ruang pameran sehingga lebih

menonjolkan koleksi benda sejarah yang berasal dari Kesultanan Palembang Darusalam.

Bapak Sudirman Tegoeh juga mengatakan bahwa, akan lebih baik jika perbaikan infrastruktur yang dilakukan oleh museum ini ditambahkan dengan adanya sebuah identitas visual dan sebuah sistem identitas. Dengan adanya identitas visual ini dapat menjembatani citra dari museum ini kepada masyarakat. Beliau juga memberi pendapat bahwa identitas visual ini sangat berguna dimana bisa mengemas sesuatu yang kuno menjadi sesuatu yang kekinian.

### **3.2.1.2. Kesimpulan Wawancara**

Dari wawancara yang telah dilakukan, penulis dapat menarik kesimpulan yaitu museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini adalah salah satu wisata yang wajib dikunjungi jika datang ke kota Palembang. Renovasi infrastruktur dan tata pameran adalah salah cara untuk memperbaiki museum ini agar kata-kata wajib dikunjungi saat ke kota Palembang tidak menjadi sebuah wacana saja. Pihak pengelolapun juga selalu berharap untuk merubah museum ini selalu menjadi lebih baik lagi. Tetapi karena visi misi yang ada belum bisa tersampaikan kepada masyarakat maka museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini membutuhkan sebuah identitas visual agar dapat menjembatani citra museum kepada masyarakat.

### **3.2.2. Observasi**

Menurut Sarwono (2006), observasi adalah kegiatan melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam sebuah penelitian (hlm. 224). Penulis melakukan observasi sejak bulan Februari hingga Maret 2018, biasanya penulis melakukan observasi di hari Sabtu dan Minggu karena daerah dari kawasan museum ini selalu ramai dihari tersebut. Dalam observasi penulis memposisikan diri sebagai pengunjung untuk mengamati dan menganalisis museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Observasi yang dilakukan penulis mencakup keadaan dari museum sekarang ini, fasilitas museum, penunjuk arah dan juga mengamati kebiasaan pengunjung saat berada di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Nantinya data dari observasi ini akan menjadi acuan penulis untuk membuat rancangan *rebranding* dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini.

#### **3.2.2.1. Hasil Observasi**

Dalam pengamatan penulis yang dilakukan 1 bulan terakhir ini, museum Sultan Mahmud Badaruddin II merupakan salah satu tempat yang harus dikunjungi jika datang ke kota Palembang. Hal tersebut didukung karena lokasi museum yang strategis, yaitu berada didekat jembatan AMPERA dan Benteng Kuto Besak yang merupakan ikon wisata di kota Palembang. Oleh karena itu wisatawan yang datang ke kota Palembang pasti mendatangi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Beberapa dari kunjungan penulis pada saat itu juga melihat adanya bis pariwisata yang



sedang mengantarkan para wisatawan untuk berkunjung ke museum Sultan Mahmud Badaruddin II.



Gambar 3.2. Bus Pariwisata Parkir di Halaman Museum

Secara garis besar area dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini berada di tanah seluas 1 hektar, tanah ini dahulunya adalah area dari Kesultanan Palembang Darusalam yang kemudian dihancurkan dan dibangun ulang kembali oleh Belanda. Bangunan yang ada pada museum ini merupakan bangunan asli peninggalan dari Belanda pada saat masa penjajahan. Arsitektur dari bangunan museum ini sangat khas dan unik, karena berasal dari campuran antara arsitektur Belanda dan arsitektur Palembang. Arsitektur Belanda terlihat dari bentuk bangunan yang diadaptasi dari era kolonial Belanda, sedangkan arsitektur Palembang terlihat dari bentuk rumah panggung yang merupakan rumah khas Palembang pada zaman itu.

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



Gambar 3.3. Bangunan Museum SMB II

Sebelum masuk kedalam museum pengunjung harus melepaskan alas kaki, hal ini dikarenakan pihak pengelola museum ingin membuat pengunjung merasakan seperti bertamu kerumah saat masuk ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Masuk kedalam museum, pengunjung harus membeli tiket seharga Rp. 2000,- untuk anak-anak, Rp. 5.000,- untuk dewasa dan Rp. 20.000,- untuk wisatawan mancanegara. Pada saat masuk pengunjung bisa ditemani oleh *tour guide* agar lebih mengerti tentang isi dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Koleksi-koleksi yang ada di museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini kebanyakan berisikan peninggalan dari kesultanan Palembang Darusalam dan sedikit peninggalan dari masa Kerajaan Sriwijaya yang berguna sebagai awalan cerita terbentuknya Kesultanan Palembang ini. Selain 2 peninggalan tersebut museum ini juga menampilkan beberapa koleksi yang merupakan barang-barang khas tradisi di kota Palembang, seperti baju adat, tata pelaminan, dan senjata khas dari kota Palembang.



Gambar 3.4. Prasasti Telaga Batu dari kerajaan Sriwijaya



Gambar 3.5. Tata Pelaminan Khas Kesultanan Palembang

Sayangnya keadaan museum tersebut tidak didukung dengan pencahayaan yang cukup, sehingga membuat museum menjadi terlihat menyeramkan. Kaca etalase yang ada juga jarang dibersihkan sehingga terlihat buram dan kotor. Selain itu, museum ini juga tidak didukung

dengan fasilitas-fasilitas yang dapat membantu pengunjung untuk lebih memahami isi dari museum ini, seperti tidak memiliki layar TV yang dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang isi dari museum tersebut.



Gambar 3.6. Kurangnya Pencahayaan Dalam Museum

Kurangnya penanda arah yang ada didalam museum membuat pengunjung tidak mengetahui arah selanjutnya ketika mengunjungi museum ini, karena walaupun museum berada dalam satu gedung tetapi museum ini dibagi-bagi lagi menjadi beberapa ruangan yang berbeda. Hal ini dikarenakan area gedung pameran yang kecil sehingga menurut pengelola tidak diperlukan sebuah penunjuk arah. Selain fasilitas, museum juga belum memiliki media pendukung yang berupa guide book dan brosur yang dapat membantu pengunjung.

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II juga tidak memiliki identitas visual dan sistem identitas. Hal tersebut ditunjukkan dari identitas visual museum yang hanya sebatas tulisan dengan jenis huruf *serif* . Sistem identitas yang belum dimiliki oleh museum Sultan Mahmud Badaruddin II membuat tidak adanya kesatuan dalam desain yang dimiliki

oleh museum ini, seperti papan informasi koleksi belum memiliki desain yang sama dengan identitas yang ada di museum tersebut.



Gambar 3.7. Penanda Museum Sultan Mahmud Badaruddin II

#### 3.2.2.2. Analisis SWOT

##### *Strengths:*

- Lokasi Museum yang strategis karena berada di kawasan wisata jembatan Ampera dan Benteng Kuto Besak.
- Bangunan museum ini merupakan bangunan khas Belanda, dimana struktur bangunannya memiliki nilai historis yang dapat dilihat dari penggabungan arsitektur Palembang dan arsitektur Belanda.
- Museum ini dikelola dengan baik oleh dinas Kebudayaan Kota Palembang karena merupakan salah satu destinasi wajib jika ke Kota Palembang.

*Weaknesses:*

- Infrastruktur, fasilitas dan layanan yang ada masih belum memadai.
- Media pendukung belum dikemas dengan baik

*Opportunities:*

- Karena terletak di kawasan wisata, museum Sultan Mahmud Badaruddin II adalah salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi ketika ke kota Palembang.
- Museum tersebut masih memiliki nilai kearifan lokal, yang membuat pengunjung harus melepaskan alas kaki jika masuk ke museum. Alasannya agar pengunjung yang masuk ke Museum merasakan suasana seperti bertamu kerumah.

*Threats:*

- Koleksi museum yang sedikit (669 koleksi) dan tempat pameran yang kurang luas menjadikan masyarakat lebih memilih pergi ke Musuem Balaputra Dewa.
- Image dari masyarakat berbeda beda karena tidak adanya satu unsur visual yang menyatukan persepsi masyarakat.

- Belum adanya spesifikasi koleksi membuat masyarakat memiliki persepsi yang berbeda beda terhadap museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

### **3.2.2.3. Kesimpulan Observasi**

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II masih menyimpan nilai historis yang sangat kental dimana bangunan museum ini adalah bangunan asli dari peninggalan Belanda pada zaman penjajahan. Selain nilai historis, museum juga memiliki nilai kearifan lokal yaitu pada saat masuk museum kita harus melepaskan alas kaki, hal ini bertujuan agar pengunjung yang datang merasakan masuk ke museum seperti bertamu ke rumah. Nantinya nilai-nilai yang ada pada museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan konsep visual untuk membuat identitas visual untuk museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Dari identitas visual ini nantinya bertujuan untuk menjembatani citra dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II kepada masyarakat.

### **3.2.3. Studi Eksisting**

Studi eksisting adalah salah satu metode kualitatif yang menganalisis perbandingan dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II dan kompetitor, baik dalam negeri maupun luar negeri. Dalam hal ini perbandingan yang akan dilakukan penulis adalah membandingkan beberapa museum yang telah memiliki identitas visual kemudian menganalisis SWOT dari museum tersebut.

### 3.2.3.1. Analisis *Branding* Museum

Secara umum museum ini ingin menggambarkan bahwa Jakarta adalah salah satu tempat pertemuan Budaya, ditunjukkan dengan koleksi koleksi sejarah yang beragam yaitu mulai dari perjalanan sejarah Jakarta, replika peninggalan masa Tarumanegara dan Pajajaran, hasil penggalian arkeologi di Jakarta, mebel antik, Republik rakyat Tiongkok dan juga ada keramik, gerabah serta prasasti.

Museum ini tergolong museum yang wajib dikunjungi jika datang ke Jakarta. Lokasinya yang strategis karena berada ditengah kota Jakarta, yaitu Kota Tua membuat wisatawan mudah untuk menemukan museum ini. Sebagai salah satu museum yang ada di kota Jakarta yang terkenal, museum ini sudah sesuai dengan standart museum pada umumnya, dan juga memiliki identitas visual lengkap dengan sistem identitas yang ada didalamnya. Identitas visual museum ini tergolong simpel, tingkat keterbacaan jelas, dan visualisasi dari identitasnya telah menceritakan visi dan misi dari museum sejarah Jakarta.



Gambar 3.8. Logo Museum Sejarah Jakarta

([https://www.facebook.com/pg/Museum-Sejarah-Jakarta-Museum-Fatahillah-391016637526/photos/?tab=album&album\\_id=10151874762512527](https://www.facebook.com/pg/Museum-Sejarah-Jakarta-Museum-Fatahillah-391016637526/photos/?tab=album&album_id=10151874762512527), 23 Mei 2018)



Secara kasat mata dapat dilihat bahwa *logogram* yang ada pada museum Sejarah Jakarta ini menggunakan penyederhanaan dari salah satu bangunan yang ada di museum tersebut. Salah satu bagian bangunan tersebut adalah keunikan yang ada pada museum Sejarah Jakarta. Menurut prinsip identitas visual yang dikemukakan Landa (2011), logo yang ada pada museum ini telah memiliki kesan sederhana, dapat ditempatkan dimanapun dan modern. Terlihat dari *logogram* yang hanya terbuat dari outline yang tebal tipis. Walaupun penggunaan *logotype* menggunakan huruf serif tetapi tidak mengurangi kesan modern yang ada di museum tersebut.

Selanjutnya museum yang menjadi perbandingan dalam studi eksisting penulis adalah Museum Gedung Sate. Museum Gedung Sate adalah museum yang menampilkan sejarah, arsitektur dan sipil dari bangunan tersebut. Museum ini berlokasi di jalan Diponegoro No.22, kota Bandung. Secara umum museum Gedung Sate ingin memosisikan dirinya sebagai salah satu museum yang menceritakan bagaimana terbentuknya bangunan dan tujuan dari dibangunnya gedung itu sendiri. Museum ini juga ingin memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang arsitektur dan sipil. Visi dan misi yang ada di museum ini telah ditunjukkan dengan adanya sebuah identitas visual dari museum ini. Selain itu museum ini telah memiliki sistem identitas yang memiliki kesatuan. Identitas visual yang dimiliki museum ini bersifat *simple* dan bentuknya simetris. Tingkat keterbacaan dari identitas visual ini jelas.



Gambar 3.9. Logo Museum Gedung Sate  
(<http://museumgedungsate.org/>, 23 Mei 2018)

Museum Gedung sate memiliki *logogram* yang juga hampir sama dengan museum Sejarah Jakarta yang menggunakan atribut bangunannya sebagai *logogram*-nya. *Logogram* yang ada pada museum tersebut merupakan penyederhanaan bangunan gedung sate yang dibuat simetris agar terkesan modern, hal ini juga didukung dengan *logotype* dari logo ini yang menggunakan huruf *sans serif* yang memiliki kesan *modern*. Visualisasi dari logo ini juga sudah memiliki prinsip identitas visual yaitu *timeless, simple* dan *flexible*.

Museum terakhir yang penulis jadikan sebagai acuan perbandingan juga adalah museum Geologi. Museum Geologi adalah salah satu museum yang sangat erat kaitannya dengan penyelidikan geologi di Indonesia. Museum ini diresmikan pada tanggal 16 Mei 1929. Secara umum museum ini menyimpan semua hasil penyelidikan geologi yang ada di Indonesia pada zaman purba. Kebanyakan koleksi yang ada di museum ini adalah batuan, fosil, dan mineral. Selain dari pada itu museum ini telah menunjukkan visi dan misi yang ada lewat identitas visualnya. Desain yang ada di museum ini juga telah memiliki sistem dan semuanya menjadi satu kesatuan yang baik adanya. Identitas visual yang ada di museum ini sudah

sesuai dengan prinsip dari identitas visual yaitu sederhana dan timeless. Walaupun museumnya ini memperlihatkan barang-barang purba tetapi visualisasi yang ada di museum terlihat modern.



Gambar 3.10. Logo Museum Gedung Sate

( <http://infopromodiskon.com/tempat-wisata/profile/museum-geologi-bandung/>, 23 Mei 2018)

Berbeda dari 2 museum sebelumnya museum ini tidak memakai elemen bangunan sebagai *logogramnya*. museum geologi ini memvisualisasikan *logogram* dari arah mata angin. Arah mata angin tersebut diperlihatkan dengan visualisasi elemen lingkaran dan penyusunan 4 buah segitiga disetiap sisi lingkaran. Kesan yang ditimbulkan dari logo museum ini juga telah mempunyai prinsip-prinsip yang ada pada identitas visual yaitu *simple*, *timeless* dan *flexible*. Prinsip-prinsip tersebut terlihat dalam *logogram* museum yang modern dan menggunakan atribut geometris, diperkuat dengan *logotype* yang menggunakan huruf *sans serif* yang menambahkan kesan *modern* pada logo museum tersebut.

### 3.2.3.2. Kesimpulan Studi Eksisting

Berdasarkan dari hasil studi eksisting yang telah dilakukan penulis. Penulis menemukan bahwa beberapa 2 museum yang ada di pulau Jawa

menggunakan keunikan bangunan sebagai visualisasi logo dan 1 museum menggunakan visualisasi yang berhubungan dengan tema dari museum tersebut. Visualisasi dari logo-logo museum yang telah penulis bandingkan semuanya memiliki kesamaan yaitu modern, jika dibandingkan dengan museum Sultan Mahmud Badaruddin II yang tidak memiliki identitas visual dan cenderung ketinggalan zaman.

#### **3.2.4. Studi Referensi**

Dalam pengumpulan data untuk membuat sebuah identitas visual museum Sultan Mahmud Badaruddin II, penulis juga melakukan pengamatan identitas visual yang dimiliki oleh museum diluar Indonesia. Hal ini dilakukan karena banyak museum yang berada diluar Indonesia telah memiliki identitas visual yang memiliki satu kesatuan didalamnya. Adapun beberapa contoh museum yang menjadi acuan penulis dalam pembuatan identitas visual adalah The Buffalo History Museum, The British Museum dan Museum Louvre. Dalam hal ini penulis ingin menjabarkan apa yang telah didapatkan dari identitas museum museum tersebut.

##### **3.2.4.1. Analisis Logo Museum**

Museum dari luar Indonesia masing masing memiliki 3 jenis logo yang berbeda beda. Adapun analisis untuk logo museum yang berada diluar Indonesia ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3.11. Logo The Buffalo History Museum

(<http://www.buffalohistory.org/>, 23 Mei 2018)

The Buffalo History Museum memiliki logo yang menggunakan bangunan museum menjadi sebuah *logogram*. Bangunan tersebut diambil menjadi *logogram* karena museum tersebut memiliki keunikan dari bangunannya yang merupakan *historical landmark*. *Logotype* dari museum ini menggunakan huruf serif yang memiliki kait yang tajam. Huruf tersebut digunakan oleh museum karena untuk menunjukkan kesan sejarah yang ada.



Gambar 3.12. Logo The British Museum

([https://www2.le.ac.uk/departments/archaeology/research/previous-research-projects/hoarding-in-iron-age-and-roman-britain/images/british-museum-logo/image\\_view\\_fullscreen](https://www2.le.ac.uk/departments/archaeology/research/previous-research-projects/hoarding-in-iron-age-and-roman-britain/images/british-museum-logo/image_view_fullscreen), 23 Mei 2018)

Lain halnya dengan the British Museum. Museum ini tidak menggunakan sebuah *logogram* didalam logonya, tetapi hanya menggunakan *logotype* saja sebagai logonya. *Logotype* yang ada di museum ini menggunakan huruf serif juga yang terdiri dari kata “British” yang berada diatas, dan museum yang berada dibawah kata “British”. Huruf *serif* yang ada dimuseum ini bertujuan agar memiliki kesan sejarah yang ada di museum ini.



Gambar 3.12. Logo Museum Louvre

(<http://www.agendacom.com/communicating-the-museum-2017-paris/partners/musee-du-louvre/>, 23 Mei 2018)

Hampir sama dengan the British museum, museum Louvre juga menggunakan *logotype* sebagai logo untuk museumnya. Huruf *serif* yang ada di museum Louvre juga ingin menunjukkan bahwa museum tersebut memiliki kesan sejarah.

#### 3.2.4.2. Kesimpulan Studi Referensi

Berdasarkan dari hasil analisis logo museum yang berada diluar Indonesia, 2 museum diantaranya hanya menggunakan *logotype* saja, tetapi ada satu museum yang menggunakan *logogram* dengan menggunakan visualisasi dari bangunan museumnya tersebut. Huruf yang digunakan memiliki jenis

serif karena memiliki kesan sejarah, karena pada dasarnya museum adalah sebuah tempat yang menyimpan barang-barang peninggalan sejarah.

### 3.3. Metode Perancangan

Menurut Landa (2013) ada tahapan dalam merancang sebuah *branding*. Tahapan tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Orientasi

Dalam melakukan perancangan ini orientasi yang dilakukan penulis adalah menemukan masalah yang ada didalam Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

b. Analisis

Setelah menemukan orientasi pada objek, penulis mulai menganalisis dari data data yang telah didapatkan untuk menemukan sebuah konsep yang dapat menjadi solusi untuk Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

c. Membuat Konsep

Setelah menganalisis data didapatkanlah sebuah konsep yang digunakan untuk perancangan ulang *brand* Museum Negeri Sumatera Selatan ini.

d. Desain

Konsep yang di dapat digunakan untuk membuat desain yang mencakup *visual identity*, seperti logo, GSM dan media media pendukungnya.

e. Pelaksanaan

Setelah melakukan desain *visual identity*, desain logo yang ada akan di implementasikan pada media-media seperti poster, brosur, *merchandise* dan lain sebagainya yang mendukung *brand* tersebut. Desain yang di implementasikan harus menggunakan system identitas yang sudah ada.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA