



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 II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Museum

Museum menurut International Council of Museum (ICOM) dapat diartikan sebagai lembaga permanen yang tidak mengambil keuntungan dalam melayani masyarakat dan perkembangannya. Memiliki sifat terbuka untuk umum, dan memiliki tujuan mengedukasi dan memberikan wawasan baru bagi masyarakat. Museum memiliki peranan untuk menyimpan, meneliti, melestarikan, mengkomunikasikan, dan memamerkan warisan budaya manusia dan lingkungannya (2007, diakses pada 4 Maret).

Berdasarkan buku *Museum Tematik di Indonesia* (Yulianto, 2013, hlm. 2), perkembangan Museum di Indonesia pertama kali dipengaruhi oleh bangsa Eropa yang datang ke Nusantara. Tujuan pendirian museum pada masa kolonial dan setelah merdeka memiliki perbedaan yang signifikan. MSRK didirikan pada masa setelah merdeka. Yulianto (2013, hlm. 7) menyebutkan bahwa peran museum pada masa setelah kemerdekaan lebih bertujuan untuk menanamkan rasa kebangsaan dan jati diri melalui pelestarian dan pengembangan warisan budaya. Hal ini terlihat dari koleksi yang dimiliki oleh museum, dimana koleksi-koleksi tersebut lebih menonjolkan perkembangan karya dari seniman-seniman dari Indonesia. Melalui karya yang dipamerkan masyarakat dapat mempelajari pergerakan dan perkembangan jati diri yang terbentuk di masyarakat Indonesia masa lampau.

Yulianto mengklasifikasikan jenis museum berdasar kedudukan, macam koleksi, bidang ilmu, status hukum, bentuk bangunan (2013). Berdasar pengklasifikasian jenis museum yang dinyatakan oleh Yulianto, MSRK dapat dikalsifikasikan sebagai museum yang memiliki kedudukan sebagai museum nasional yang memiliki bangunan terbuka maupun tertutup, dikelola oleh pemerintah, memiliki koleksi yang umum karena berkaitan dengan bidang seni.

2.2. Seni Rupa dan Keramik

Dalam buku *Indonesian Heritage Indonesia*, dijabarkan mengenai perkembangan seni rupa di Indonesia diawali sejak zaman pra-sejarah sekitar 500 tahun yang lalu. Perkembangannya tidak lepas dari perpaduan tradisi dan non-tradisi. Perkembangannya tidak hanya dalam medium seni lukis, seni patung, maupun keramik, melainkan mencakup juga perkembangan budaya. (Affendi, dkk. 2013, hlm 10)

Perkembangan kesenian di Indonesia dipengaruhi beberapa bangsa yang mempengaruhi diantaranya adalah India, Cina, Arab, dan Barat. Affendi, dkk. menjelaskan bahwa pengaruh terbesar dilakukan oleh bangsa India, dan Arab. Hal tersebut dapat kita lihat melalui salah satu kesenian di Indonesia, yaitu permainan wayang. Pengaruh Hindu tampak dari pelaksanaan pemujaan leluhur melalui medium seni pertunjukan bayang yang bisa saja menjadi inspirasi awal perkembangan wayang kulit di Indonesia. Pada saat bangsa Arab masuk ke Indonesia bentuk wayang diberikan bentuk stilasi dan tidak lagi realistik guna

menghindari penggambaran langsung sosok manusia. Wayang juga digunakan bangsa Arab untuk menyebarkan agama Islam. (2013, hlm.9)

Selain dipengaruhi oleh bangsa India, Cina, dan Arab pembentukan seni modern di Indonesia tidak lepas dari pengaruh dari seni lukisan gaya Barat. Penjelasan mengenai perkembangan seni modern di Indonesia dijelaskan oleh Affendi,dkk (2013) bahwa perkembangannya diawali pada awal abad ke-19 dengan diberikannya sebuah kesempatan kepada seorang pemuda Jawa untuk belajar seni lukis di Belanda, Raden Saleh. Selanjutnya pembentukan seni modern Indonesia beralih ke Mooi Indie (Hindia Molek), masa PERSAGI yang mencari jati diri bangsa dalam medium seni rupa, masa penjajahan Jepang dengan membentuk POETRA, masa sanggar dan akademi seni rupa, masa setelah kemerdekaan dengan tema besar iklan politik yang dilakukan oleh LEKRA, dan masa orde baru sampai sekarang (hlm. 46-58).

Perkembangan seni rupa tersebut dapat kita lihat dan nikmati melalui karya-karya yang tersimpan dalam MSRK. Penempatan dan pembagian ruangan berdasar periode perkembangannya mempermudah masyarakat yang berkunjung ke MSRK untuk dapat melihat pergerakan politik dan sosial yang terjadi pada masing-masing periode. MSRK juga memamerkan benda bersejarah lainnya seperti seni keramik.

Turangan, dkk. menuturkan bahwa kesenian tembikar sudah menjadi keseharian dalam bermasyarakat sejak 3500-2500 sebelum Masehi. Benda tembikar mengalami masa kejaan di abad 14 pada masa kerajaan Majapahit, dimana seni tembikar sudah mulai dimanfaatkan sebagai hiasan bangunan dan

celengan, patung (2014, hlm.39-41). Rekam jejak kejayaan seni keramik pada masa kerajaan Majapahit dapat dilihat dalam koleksi keramik yang dimiliki MSRK. Selain itu museum ini juga memiliki koleksi keramik sebanyak 1350 yang berasal dari Nusantara, Asia dan Eropa.

2.3. Logo

Logo secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah simbol yang menggambarkan suatu perusahaan, objek, publikasi, servis, dan sebuah ide (Morioka, 2006, 16). Wheeler (2009) logo harus representasi dengan visi misi perusahaan, dan jika dibuat dengan sederhana dan menarik akan lebih memudahkan masyarakat untuk mengingat dan mengenalinya (hlm. 90). Penyebaran informasi yang semakin cepat membuat semakin banyaknya informasi yang disodorkan kepada masyarakat, dengan kata lain persaingan dalam dunia bisnis akan semakin kompetitif.

Menurut Gernsheimer (2008) peranan logo sangat penting dalam dunia bisnis yang komeptitif, karena dapat membantu suatau perusahaan agar lebih dibedakan dengan kompetitor lain (hlm. 34). Selain menjadi pembeda, peranan logo juga menjadi penting bagi perusahaan karena menurut Wheeler (2009. Hlm. 52-65) logo merupakan elemen visual yang paling dapat menunjukkan niali sebuah perusahaan. Dalam buku *Designing Brand Identity : an Essential Guide for the Entire Branding Team*, Wheeler mengklasifikasikan logo menjadi lima bentuk yaitu *wordmarks, letterforms, emblems, pictoral, dan absctract*.



Gambar 2.1. Contoh Logo Museum di Luar Negeri

Sumber: underconsideration.com

Gambar diatas adalah beberapa contoh logo-logo museum yang berada di luar negeri. Contoh pengklasifikasian logo menurut Wheeler (2009) dapat dilihat dari contoh gambar di atas. Seperti logo *Museum of London* yang termasuk dalam jenis logo berbentuk *emblems*, dimana elemen tipografi dan ikon yang dipakai dalam logo menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Berbeda dengan logo *The Metropolitan Museum of Art* yang terdiri dari bentuk *wordmarks* dan *letterforms*. Jenis bentuk logo *wordmark* adalah bentuk logo yang tersusun dari beberapa huruf, biasanya nama perusahaan seperti yang digunakan pada logo *The Metropolitan Museum of Art*. Sedangkan bentuk *letterforms* merupakan bentuk

yang menggunakan inisial dari satu huruf perusahaan yang bersangkutan, hal ini juga digunakan pada logo *The Metropolitan Museum of Art* yang menggunakan inisial huruf "M" pada logonya. Jenis bentuk logo lainnya adalah *pictorial marks* yang dapat dilihat dalam penerapan logo *New Bedford Whaling Museum*, yang menggunakan sebuah ikon dari ekor paus yang dapat merepresentasikan karakter museum tersebut. Selain menggunakan ikon yang mewakili karakter sebuah perusahaan, logo juga dapat berbentuk abstrak, seperti pada *Seoul Museum* yang menggunakan elemen garis asimetris yang kemudian membentuk sebuah bentuk bangun abstrak.

Penggunaan logo diharapkan dapat bertahan lama agar citra sebuah *brand* di mata masyarakat tetap terjaga, jika logo terlalu cepat dan terlalu sering berganti, maka kesadaran masyarakat untuk mengenali *brand* tersebut akan berkurang karena pemakaian logo yang berganti terus menerus. Gernsheimer (2008) menuturkan bahwa dalam perancangan logo yang baik dan tahan lama perlu dipertimbangkan beberapa aspek seperti memiliki daya tarik yang dapat menarik perhatian masyarakat, memiliki konsep yang matang dan sejalan dengan visi-misi perusahaan, mudah dibaca dan tidak membuat logo berdasarkan trend desain yang terjadi pada masa tertentu (Hlm. 19-27)

Penggunaan logo yang bertahan lama dapat dilihat pada logo *The Metropolitan Museum of Art* yang sudah dipakai sejak tahun 1971 dan baru mengalami pergantian logo pada Maret 2016. Penggunaan logo museum tersebut dapat bertahan lama dikarenakan mempertimbangkan beberapa aspek yang diungkapkan oleh Gernsheimer. Menurut Davidson (2016) logo *The Metropolitan*

Museum of Art memiliki konsep yang mendalam dan mengambil inspirasi dari arsitektur dan sejarah seni seperti manuskrip kuno dan proporsi anatomi manusia yang dibuat oleh Leonardo da Vinci (diakses pada 10 Maret). Meski demikian rupa logo museum tersebut tidak menggunakan trend yang sedang terjadi pada saat itu, sehingga logo yang dibuat dapat bertahan lama.

Dalam pembentukan visual sebuah logo perlu dipertimbangkan beberapa aspek, agar logo yang dihasilkan dapat sesuai dengan citra yang ingin dibentuk. Menurut Healey dalam bukunya yang berjudul *Design DNA: Logos* (2010), terdapat elemen-elemen yang mendukung dalam pembentukan sebuah logo, seperti penggunaan bentuk, pemilihan warna, dan tipografi.



Gambar 2.2. Logo *Fort Worth Museum of Science and History (FWMSH)*

Sumber: Fortworthmuseum.com

Healey (2010) mengatakan bahwa penggunaan bentuk yang sederhana lebih memudahkan untuk diingat (hlm. 204), seperti pada logo FWMSH yang sekilas hanya menggunakan tiga buah bentuk persegi yang dijejerkan menyamping. Selain penggunaan bentuk yang sederhana, pemilihan warna juga perlu

dipertimbangkan dalam perancangan logo. Setiap warna menurut Healey memiliki arti tersendiri yang penggunaannya dapat memberikan dorongan agar lebih mudah diperhatikan dan mudah diingat, dapat memberikan impresi bagi yang melihatnya (2010, hlm. 212). Logo FWMSH dapat dikatakan berhasil karena logo tersebut tetap dapat dikenali jika diubah menjadi hitam-putih. Hal tersebut didukung dari pernyataan Healey yang mengatakan bahwa jika sebuah logo tetap dapat dikenali dalam penggunaan warna hitam dan putih, maka logo tersebut secara otomatis akan berhasil juga jika diterapkan dalam pemakaian warna (2010, hlm. 215).

Terlepas dari pemilihan warna, pemilihan huruf juga tidak kalah penting. Penggunaan jenis huruf seperti *serif*, *sans serif*, dan *script* juga mempengaruhi pembentukan citra sebuah perusahaan. Penggunaan huruf *serif* seperti pada logo *The Metropolitan Museum of Art* mampu memberikan karakteristik yang klasik, elegan, dan berkelas. Sedangkan penggunaan huruf *sans serif* seperti pada logo FWMSH dapat menimbulkan kesan lebih bersih, modern, kontemporer, dan internasional. Penggunaan jenis huruf *script* menurut Healey (2010) memang dapat memberikan kesan yang lebih personal terhadap logo, namun keterbacaannya perlu diperhatikan karena tidak semua jenis huruf *script* mudah untuk dibaca (hlm. 218)



Mh Mauritshuis

Gambar 2.3. Logo *Mauritshuis*

Sumber: mauritshuis.com

Meski dalam proses perancangan logo sudah mempertimbangkan beberapa aspek tersebut, namun tidak semua logo yang dihasilkan sesuai keinginan perusahaan. Logo *Mauritshuis* yang merupakan sebuah logo museum seni di Belanda, dianggap sudah tidak relevan dengan perkembangan jaman. Hodgson (2010) menyatakan bahwa suatu perancangan ulang dapat dilakukan melalui perubahan logo, tanpa harus mengubah keseluruhan perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan jika logo tersebut tidak lagi dapat menyampaikan pesan yang relevan dengan keadaan sehingga membuat masyarakat tidak acuh dan bingung terhadap pesan yang ingin disampaikan (hlm.30). Logo *Maurithuis* yang sebelumnya memiliki bentuk logo yang kompleks dan sulit untuk diingat, kemudian diubah menjadi lebih sederhana dan kontemporer. Perubahan rupa logo tersebut tetap mempertahankan kesan klasik museum dengan menggunakan jenis huruf *serif*.