



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

Museum Tionghoa Indonesia sebagai museum Tionghoa terbesar di Asia Tenggara. Museum ini dikelola oleh yayasan Hakka Indonesia. *Brand Image* museum dikenal sebagai milik suku Hakka saja, ketimbang masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Tionghoa. Penulis menemukan identitas museum mengalami persepsi yang berbeda berdasarkan hasil kuisisioner dan observasi terhadap pandangan masyarakat pengunjung TMII, juga menunjukkan bahwa identitas Museum Tionghoa Indonesia tidak diketahui. Selain itu wawancara penulis dengan sekretaris Yayasan Hakka tentang proyeksi perancangan Identitas Museum Hakka Indonesia menjadi Museum Tionghoa Indonesia dikarenakan donatur Yayasan Hakka bukan bersal dari suku Hakka saja. Jadi proyeksi Museum Hakka Indonesia untuk pergantian Nama menjadi Museum Tionghoa Indonesia dan rendahnya tingkat *awareness* masyarakat terhadap Museum Tionghoa Indonesia.

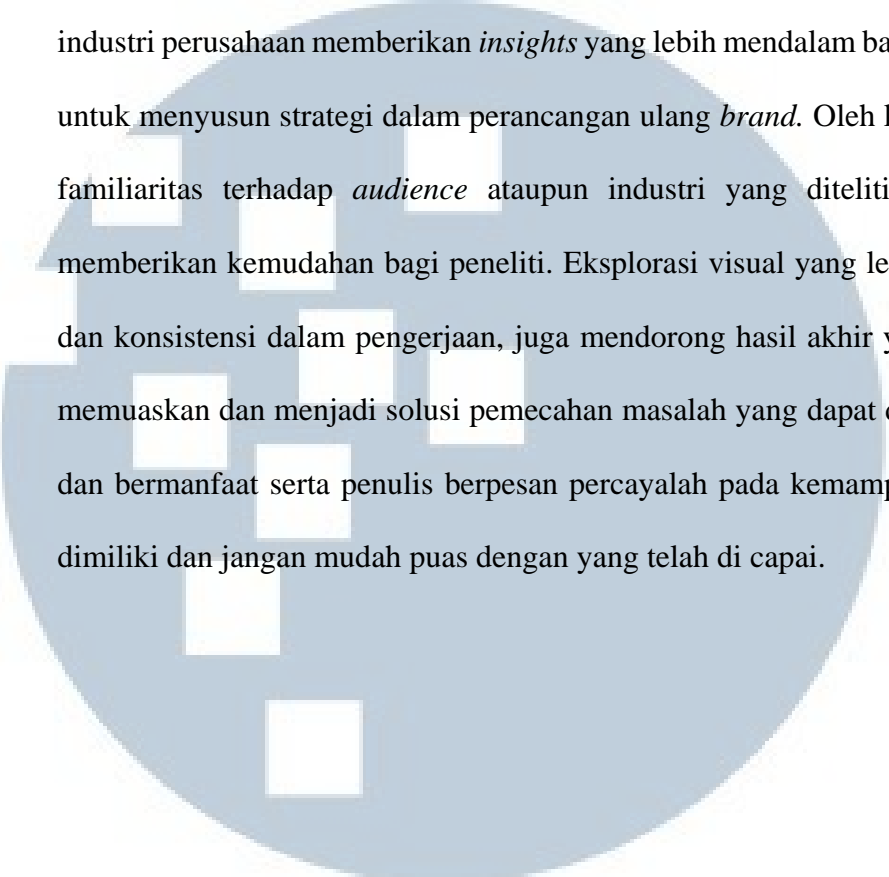
Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dialami oleh Museum Tionghoa Indonesia, penulis melakukan perancangan ulang identitas Museum Tionghoa Indonesia. Perancangan dilakukan secara bertahap melalui proses riset, perancangan strategi identitas dan perancangan visual. Perancangan ulang ini dimaksudkan untuk memperbaiki *positioning* dan *awareness* pandangan masyarakat terhadap museum ini. Penulis berharap perancangan tugas akhir yang dilakukan dapat bermanfaat:

1. Memberikan gambaran identitas visual kepada pihak Museum Tionghoa Indonesia yang sangat potensial untuk dikembangkan kearah yang lebih baik dan konsisten.
2. Meningkatkan *awareness* Museum Tionghoa Indonesia sebagai museum edukasi yang terbuka bagi seluruh masyarakat Indonesia.
3. Meningkatkan *brand Image* Museum Tionghoa Indonesia lebih positif, berdasarkan keunggulan fasilitas dan *brand positioning* yang dimiliki.

5.2. Saran

Bagi mahasiswa desain grafis yang berencana membuat perancangan identitas visual atau tentang museum khususnya tentang masyarakat Tionghoa, beberapa saran yang dapat penulis sampaikan adalah:

1. Melakukan penelitian dan studi tentang *branding* secara general agar memiliki pemahaman yang dapat mendukung proses Tugas Akhir mulai dari penelitian yang harus dilakukan hingga pada proses perancangan visual hingga pengaplikasian identitas visual pada berbagai media.
2. Melakukan eksplorasi visual berkaitan dengan perkembangan *tren* visual dan pengaplikasian *brand*, khususnya studi kasus *rebranding* perusahaan atau *brand* yang serupa dengan yang sedang dirancang.
3. Untuk mahasiswa junior di Universitas Multimedia Nusantara, agar menjalani tahapan-tahapan perancangan dengan baik sesuai dengan *timeline* yang telah ditetapkan oleh kampus. Penelitian yang mendalam tentang



industri perusahaan memberikan *insights* yang lebih mendalam bagi peneliti untuk menyusun strategi dalam perancangan ulang *brand*. Oleh karena itu, familiaritas terhadap *audience* ataupun industri yang diteliti tentunya memberikan kemudahan bagi peneliti. Eksplorasi visual yang lebih berani dan konsistensi dalam pengerjaan, juga mendorong hasil akhir yang lebih memuaskan dan menjadi solusi pemecahan masalah yang dapat diterapkan dan bermanfaat serta penulis berpesan percayalah pada kemampuan yang dimiliki dan jangan mudah puas dengan yang telah di capai.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA