



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.

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM

HAKKA INDONESIA

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



Nama : Calvin Geraldo Giovanni
NIM : 13120210119
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Calvin Geraldo Giovanni

NIM : 13120210119

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM

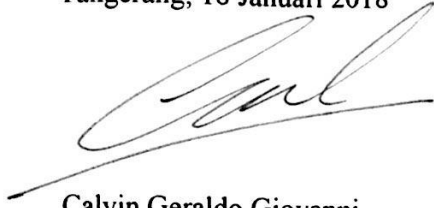
HAKKA INDONESIA

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 18 Januari 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Calvin', with a long horizontal stroke extending to the left.

Calvin Geraldo Giovanni

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan Ulang Identitas Visual Museum

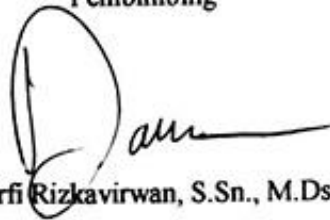
Hakka Indonesia

Oleh

Nama : Calvin Geraldo Giovanni
NIM : 13120210119
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 26 Juni 2018

Pembimbing



Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Penguji



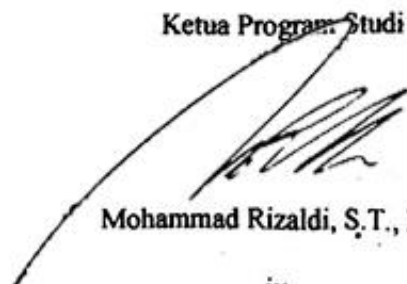
Michele Lapien, S.Sn., M.M., M.Ds.

Ketua Sidang



Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

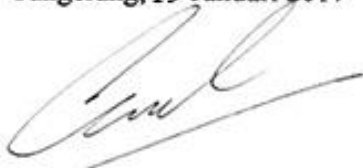
Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, karya Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Museum Perangko Indonesia” ini mampu diselesaikan dengan baik sesuai waktu yang ditentukan. Penulis merancang ulang identitas visual Museum Prangko Indonesia agar memiliki identitas visual dan pengaplikasian media yang konsisten.

Penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Berkat bantuan dan dukungan tersebut penulis mampu menjelaskan perancangan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah membina dan memotivasi serta dukungan kepada penulis agar dapat bekerja sama dalam proses perancangan Tugas Akhir.
3. Michelle Lopian, S.Sn., M.M., M.Ds. selaku dosen penguji dan Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds. selaku ketua sidang yang telah banyak memberikan kritik dan saran serta membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Surikin dan Lena sebagai narasumber utama dalam perancangan Tugas Akhir untuk mendapatkan data yang dibutuhkan selama perancangan Tugas Akhir.
5. Orang tua dan saudara kandung yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama pengerjaan Tugas Akhir.

6. Teman- Teman Rupa reative (Ivan Harsanto, Zainul Mutaqin,Andrean Honanto, Yosep Ryan, Gabriela Susanto, dan Vincentius Wiliam) yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis selama perancangan Tugas Akhir.
7. Teman-Teman sesama Tugas Akhir Abigail Vanessa, Jo Timothy, Kinta, Hervina, Kamal Ramdani, Inge, Tri Laksono, Ardisha dan Sheila Christine yang menjadi penyemangat dan membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Tangerang, 19 Januari 2017



Calvin Geraldo Giovanni

ABSTRAKSI

Identitas merupakan salah satu alat untuk mengkomunikasikan suatu citra perusahaan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai yakni meningkatkan *awareness* dan *repositioning* citra Museum Hakka Indonesia, oleh karena itu identitas visual harus dapat menjadi citra yang representatif. Hal tersebut merupakan tujuan yang belum dicapai oleh MHI. Akibat hal tersebut, Museum Hakka Indonesia saat ini masih dipersepsikan sebagai Museum suku Hakka saja bukan keseluruhan Tionghoa Indonesia. Padahal MHI merupakan Museum Tionghoa terbesar di Asia Tenggara yang menceritakan Nenek moyang masyarakat Tiongkok yang berakulturasi dengan budaya lokal. Penulis berniat untuk merancang ulang identitas visual MHI. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ulang identitas Museum Hakka Indonesia adalah kuantitatif dan kualitatif sehingga mendapatkan data yang mendalam. Hasil akhir dari perancangan ini adalah *Graphic Standard Manual (GSM)*.

Kata kunci: (Identitas Visual, Tionghoa, Museum, Indonesia)

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

ABSTRACT

Identity is one tool to communicate a corporate image based on the goals to be achieved from the awareness and repositioning image Hakka Indonesia Museum, therefore the visual identity can be a representative image. This is an objective not yet achieved by MHI. As a result, MHI is still prescribed as the Museum of Haka tribe is not complete Tionghoa Indonesia. Off MHI is the largest Chinese Museum in Southeast Asia that tells the ancestors of Chinese society that is acculturated with local culture. The author has the intention to reorder the visual identity of MHI. MHI is the quantitative and qualitative data available. The final result of this design is the Graphic Standard Manual (GSM).

Keywords: (Visual Identities, Chinese, Museum, Indonesia)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. <i>Brand</i>	7
2.1.1. <i>Brand Equity</i>	7
2.1.2. <i>Brand Awareness</i>	8

2.1.3.	<i>Brand Strategy</i>	8
2.1.4.	<i>Brand Positioning</i>	9
2.1.5.	<i>Brand Personality</i>	10
2.1.6.	<i>Brand Naming</i>	11
2.2.	Identitas visual	12
2.2.1.	Identitas Visual Ideal.....	12
2.2.2.	Fungsi Identitas Visual.....	13
2.2.3.	Jenis-jenis Identitas visual.....	13
2.2.4.	<i>Sequence of Cognition</i>	17
2.3.	Logo	18
2.4.	<i>Typeface</i>	25
2.5.	Warna	31
2.6.	<i>Copywriting</i>	34
2.7.	<i>Grid</i>	35
2.8.	<i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	37
2.9.	<i>SWOT</i>	38
2.10.	<i>Graphic Standard Manual</i>	38
2.11.	Museum.....	40
2.11.1.	Sejarah Museum.....	41
2.11.2.	Perkembangan Museum Indonesia	41
2.11.3.	Identitas Museum	42
2.11.4.	Citra Museum.....	43
2.11.5.	Perubahan Logo Museum	45

2.12.	Tionghoa Indonesia.....	46
2.12.1.	Sejarah Tionghoa Indonesia.....	46
BAB III METODOLOGI.....		49
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	49
3.1.1.	Wawancara Museum Hakka Indonesia.....	49
3.1.2.	<i>Forum Group Discussion (FGD)</i>	56
3.1.3.	Kuisisioner.....	59
3.1.4.	Observasi.....	64
3.1.5.	<i>STP</i>	74
3.2.	Analisis.....	77
3.2.1.	Analisis Wawancara.....	77
3.2.2.	Analisis <i>FGD</i>	77
3.2.3.	Analisis Kuisisioner.....	78
3.2.4.	Analisis Observasi.....	78
3.2.5.	Analisis <i>SWOT</i>	78
3.2.6.	Analisis <i>STP</i>	79
3.3.	Metodologi Perancangan.....	79
BAB IV PERANCANGAN.....		82
4.1.	Konsep Perancangan.....	82
4.1.1.	Tujuan Perancangan.....	82
4.1.2.	Strategi Perancangan.....	83
4.2.	Perancangan	87

4.2.1.	<i>Mind Mapping</i>	88
4.2.2.	<i>Brainstorming</i>	89
4.2.3.	Moodboard	94
4.2.4.	Eksplorasi Visual	94
4.2.5.	Logo	99
4.2.6.	Supergrafis	108
4.2.7.	<i>Graphic Standard Manual</i>	110
4.3.	Analisis.....	121
4.3.1.	Analisis Logo	121
4.3.2.	Analisis Supergrafis	123
4.3.3.	Analisis Warna	123
4.3.4.	Analisis Tipografi	124
4.3.5.	<i>Analisis Brand Application</i>	124
4.4.	<i>Budgeting Plan</i>	127
BAB V PENUTUP		130
5.1.	Kesimpulan	130
5.2.	Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA		XIV

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh Identitas Visual Perusahaan Baru.....	14
Gambar 2.2. Contoh Identitas Visual Merubah Nama.....	14
Gambar 2.3. Contoh Identitas Visual Perusahaan tetap Relevan.....	15
Gambar 2.4. Contoh Identitas Visual Perusahaan melanjutkan Kejayaan.....	15
Gambar 2.5. Contoh Identitas Visual Perusahaan merubah Segmentasi.....	16
Gambar 2.6. Contoh Identitas Visual Perusahaan Bergabung.....	16
Gambar 2.7. Contoh <i>Sequence of Cognition</i>	17
Gambar 2.8. Contoh Identitas Visual <i>Logotype</i>	18
Gambar 2.9. Contoh Identitas Visual <i>Lettermark</i>	19
Gambar 2.10. Contoh Identitas Visual <i>Pictorial Symbol</i>	19
Gambar 2.11. Contoh Identitas Visual <i>Abstract Symbol</i>	20
Gambar 2.12. Contoh Identitas Visual <i>Nonrepresentational Symbol</i>	20
Gambar 2.13. Contoh Identitas Visual <i>Character Icon</i>	21
Gambar 2.14. Contoh Identitas Visual <i>Combination Mark</i>	22
Gambar 2.15. Contoh Identitas Visual <i>Emblem</i>	22
Gambar 2.16. Contoh <i>Wordmark Logo</i>	23
Gambar 2.17. Contoh <i>Letterforms Logo</i>	23
Gambar 2.18. Contoh <i>Pictorial marks Logo</i>	24
Gambar 2.19. Contoh <i>Emblem Logo</i>	24
Gambar 2.20. Contoh <i>Abstract Logo</i>	25
Gambar 2.21. Contoh <i>Old Style</i>	27

Gambar 2.22. Contoh <i>Transitional</i>	27
Gambar 2.23. Contoh <i>Modern</i>	28
Gambar 2.24. Contoh <i>Slab Serif</i>	28
Gambar 2.25. Contoh <i>Sans Serif</i>	29
Gambar 2.26. Contoh <i>Gothic</i>	29
Gambar 2.27. Contoh <i>Script</i>	30
Gambar 2.28. Contoh <i>Display</i>	30
Gambar 2.29 <i>Hue</i>	32
Gambar 2.30. <i>Value</i>	32
Gambar 2.31. <i>Saturation</i>	32
Gambar 2.32. <i>Additive</i>	33
Gambar 2.33. <i>Subtractive</i>	33
Gambar 2.34. <i>Single Column Grid</i>	36
Gambar 2.35. <i>Multi Column Grid</i>	36
Gambar 2.36. <i>Modular Grid</i>	37
Gambar 3.1. Bapak Surikin.....	53
Gambar 3.2. Ibu Lena.....	54
Gambar 3.3. Ibu Erni.....	56
Gambar 3.4. <i>Forum Group Discussion</i>	57
Gambar 3.5. Diagram Umur Responden.....	60
Gambar 3.6. Diagram Banyak Museum yang diketahui Responden.....	60
Gambar 3.7. Diagram Intensitas Kunjungan Responden Museum.....	61
Gambar 3.8. Diagram Intensitas pernah Mengunjungi Museum.....	62

Gambar 3.9. Diagram Pengetahuan Rersponden terhadap Logo.....	62
Gambar 3.10. Logo Museum Hakka Indonesia.....	62
Gambar 3.11 Diagram Asumsi Rersponden terhadap Logo MHI.....	61
Gambar 3.12. Logo Museum Hakka Indonesia.....	64
Gambar 3.13. <i>Website</i>	65
Gambar 3.14 <i>Merchandise</i>	65
Gambar 3.15 <i>Foil logo MHI</i>	66
Gambar 3.16 Museum Benteng <i>Heritage</i>	67
Gambar 3.17. Museum Cheng Ho.....	70
Gambar 3.18. Museum Pustaka Indonesia.....	72
Gambar 3.19. Pameran Museum Hakka Indonesia.....	73
Gambar 3.20. Kerumunan Museum Hakka Indonesia.....	73
Gambar 4.1. Contoh <i>Mindmapping</i>	88
Gambar 4.2. Contoh <i>Mindmapping 2</i>	88
Gambar 4.3. Contoh <i>Branding Museum</i>	89
Gambar 4.4. Contoh Logo Museum TMII.....	89
Gambar 4.5. Contoh Logo <i>China Museum</i>	90
Gambar 4.6. Contoh Logo Museum Singapura.....	90
Gambar 4.7. Contoh Logo Museum Dalam Negeri.....	90
Gambar 4.8. Contoh Konotasi Denotasi Tionghoa.....	91
Gambar 4.9. Contoh Konotasi Denotasi Modern.....	91
Gambar 4.10. Contoh Konotasi Denotasi Perjuangan.....	91
Gambar 4.11. Contoh Visual Matrix.....	92

Gambar 4.12. Contoh Kapal Jung.....	93
Gambar 4.13. Contoh <i>Mood Board</i>	94
Gambar 4.14. Contoh Sketsa Logo.....	95
Gambar 4.15. Contoh Sketsa Logo 2.....	95
Gambar 4.16. Contoh Sketsa Logo 3.....	96
Gambar 4.17. Contoh Sketsa Logo 4.....	96
Gambar 4.18. Alternatif Logo Digital 1.....	97
Gambar 4.19. Alternatif Logo Digital 2.....	97
Gambar 4.20. Alternatif Logo Digital 3.....	98
Gambar 4.21. Alternatif Logo Digital 4.....	98
Gambar 4.22. Konstruksi Logo Terpilih.....	100
Gambar 4.23. Warna Logo.....	101
Gambar 4.24. <i>Font Display</i>	102
Gambar 4.25. <i>Master Logo: Full Colour</i>	103
Gambar 4.26. <i>Secondary Logo: Full Colour</i>	103
Gambar 4.27. <i>Logomark: Full Colour</i>	103
Gambar 4.28. <i>Master Logo: Monochrome</i>	104
Gambar 4.29. <i>Secondary Logo: Monochrome</i>	104
Gambar 4.30. <i>Logomark: Monochrome</i>	104
Gambar 4.31. <i>Master Logo: Reverse Colour</i>	105
Gambar 4.32. <i>Secondary Logo: Reverse Colour</i>	105
Gambar 4.33. <i>Logomark: Reverse Colour</i>	105

Gambar 4.34. <i>Clear Space</i> pada <i>Logo</i>	106
Gambar 4.35. <i>Minimum Size</i> pada <i>Logo</i>	107
Gambar 4.36. Supergrafis 1.....	108
Gambar 4.37. Supergrafis 2.....	109
Gambar 4.38. Supergrafis pada <i>Grid</i>	109
Gambar 4.39. <i>Insight</i> pada <i>Graphic Standard Manual 1</i>	110
Gambar 4.40. <i>Insight</i> pada <i>Graphic Standard Manual 2</i>	111
Gambar 4.41. <i>Insight</i> pada <i>Graphic Standard Manual 3</i>	111
Gambar 4.42. <i>Identities</i> pada <i>Graphic Standard Manual 1</i>	112
Gambar 4.43. <i>Identities</i> pada <i>Graphic Standard Manual 2</i>	112
Gambar 4.44. <i>Identities</i> pada <i>Graphic Standard Manual 3</i>	112
Gambar 4.45. <i>Signage</i> pada <i>Museum</i>	114
Gambar 4.46. <i>Operational Bus</i> pada <i>Museum</i>	114
Gambar 4.47. <i>Formal Uniform</i> yang dipakai di <i>Museum</i>	115
Gambar 4.48. Aplikasi pada <i>T-shirt</i>	116
Gambar 4.49. Aplikasi pada <i>Note Book</i>	116
Gambar 4.50. Aplikasi pada <i>Post Card</i>	117
Gambar 4.51. Aplikasi pada <i>Totebag</i>	117
Gambar 4.52. Aplikasi pada <i>Collateral</i>	118
Gambar 4.53. Pengaplikasian <i>Digital</i>	119
Gambar 4.54. Pengaplikasian <i>print</i>	120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Segmentasi dan target.....	74
Tabel 4.1. <i>Budgeting Master Design</i>	113
Tabel 4.3. <i>Budgeting Office Peripherals</i>	114
Tabel 4.2. <i>Budgeting museum merchandise</i>	115

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN	xvi
LAMPIRAN B:Form Bimbingan Akademis.....	xvii
LAMPIRAN C:Formulir Pengajuan Tugas Akhir.....	xix
LAMPIRAN D:Kuisisioner.....	xxi
LAMPIRAN E:<i>Mind Mapping</i>.....	xxiii
LAMPIRAN F:Visual.....	xxiv
LAMPIRAN G:Foto Visual.....	xxv

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA