



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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. Desain Komunikasi Visual

2.1.1. Prinsip Desain

Menurut Pentak & Lauer (2004) tujuan desain adalah merancang dan mengorganisir. Desain mencakup hampir seluruh disiplin seni, seperti lukisan, gambar, patung, fotografi, film, dan animasi. Inti dari desain adalah mengorganisir elemen visual untuk menghasilkan solusi yang kreatif (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 4).

2.1.1.1. *Unity*

Unity adalah harmoni yang tercipta dari elemen-elemen visual dalam desain, menimbulkan koneksi dan memperkuat desain. Harmonisasi dalam desain sepenuhnya diatur dan ditata oleh desainer. Pengaturan dan penataan elemen visual yang tepat membentuk sebuah komposisi yang nyaman dipandang. (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 24).



Gambar 2.1. Contoh *Unity : Adjustable-wrench Collage Illustration*
(Smithsonian Magazine, 1991)

2.1.1.2. *Emphasis*

Emphasis atau *focal point* adalah daya tarik yang dibuat desainer dalam karyanya untuk menarik perhatian lebih. Selain digunakan untuk menarik perhatian audiens, *emphasis* dapat pula membantu audiens memahami makna lebih dalam yang ingin disampaikan desainer (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 50).



Gambar 2.2. Contoh *Emphasis : Self-Portrait Surrounded by Masks*
(James Ensor, 1899)

2.1.1.3. **Skala dan Proporsi**

Pada dasarnya skala dan proporsi berbicara mengenai ukuran. Namun keduanya merupakan hal yang relatif. Ukuran besar tidak akan dikatakan besar apabila tidak ada pembandingan ukuran yang lebih kecil, begitu pun sebaliknya. Dalam merancang sebuah desain diperlukan skala dan proporsi

yang tepat untuk setiap elemen visual. Skala dan proporsi membantu untuk memvisualkan besar – kecil dan luas – sempit dalam sebuah desain. Skala dan proporsi erat kaitannya dengan *emphasis*. (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 64).



Gambar 2.3. Contoh Skala dan Proporsi : *Untitled*
(Richard Roth, 1983)

2.1.1.4. Keseimbangan

Kepekaan dalam keseimbangan dimiliki setiap individu sejak lahir. Seperti halnya menjaga keseimbangan untuk berjalan dan mengendarai sepeda, keseimbangan dalam desain juga perlu dilatih. Dalam desain, keseimbangan perlu agar audiens nyaman melihat karya desainer. Mengatur keseimbangan pada umumnya terlebih dahulu membagi *axis* baik secara *horizontal* maupun *vertical*, kemudian menentukan titik keseimbangan berdasarkan bayangan *axis* tersebut. Penempatan titik keseimbangan tidak dapat diukur, penentuannya hanya dapat dirasa.

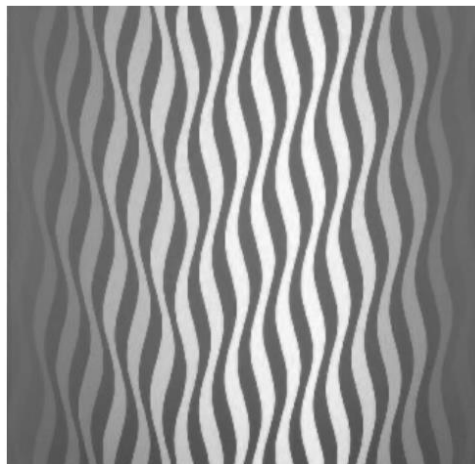
Seperti halnya mengatur figura foto di dinding. (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 82).



Gambar 2.4. Contoh Keseimbangan : *Funeral under Umbrellas*
(Henri Rivière, 1895)

2.1.1.5. Ritme

Ritme disebut juga alur, pengulangan, atau repetisi. Ritme dalam desain mampu menstimulasi salah satu *sense* kita, yaitu *kinesthetic empathy*. Repetisi membantu memvisualkan proses dan pergerakan (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 106).



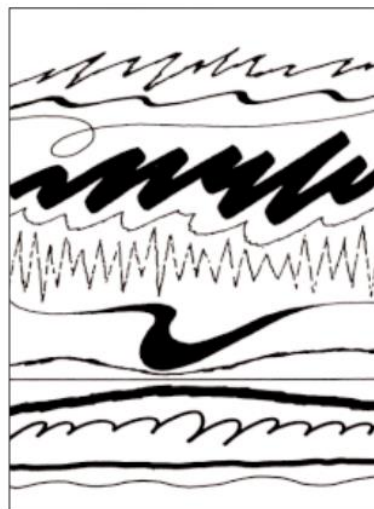
Gambar 2.5. Contoh Ritme : *Drift No. 2*
(Bridget Riley, 1966)

2.1.2. Elemen Desain

Sebuah desain dapat dikatakan baik tak lepas karena peran dari elemen-elemen didalamnya. Berikut ini adalah penjabaran elemen desain menurut Pentak & Lauer (2004) :

2.1.2.1. Garis

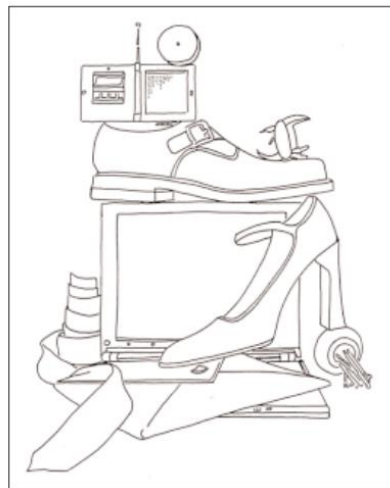
Jika kita membuat sebuah titik, kemudian titik tersebut digerakan ke titik lainnya, maka kita sudah membuat dimensi yang pertama, yaitu garis. Percobaan ini pertama kali dilakukan oleh Pablo Picaso dengan sebuah senter (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 120).



Gambar 2.6. Contoh Garis
(*Design Basics*, 2004)

2.1.2.2. Bentuk

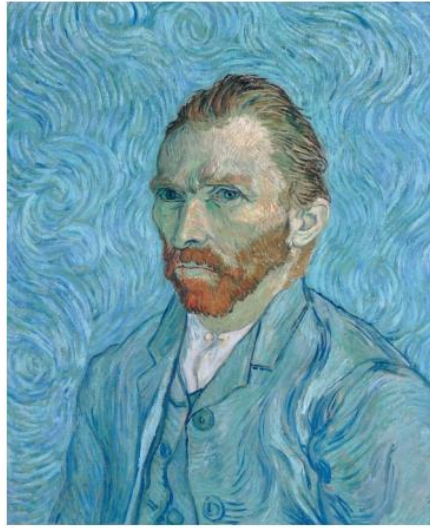
Garis yang saling berhubungan dan tertutup di kedua ujungnya dapat dideskripsikan sebagai bentuk. Dengan mengetahui bentuk dapat pula dipahami menjadi sebuah objek atau benda (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 140).



Gambar 2.7. Contoh Bentuk
(*Design Basics*, 2004)

2.1.2.3. Tekstur

Tekstur merujuk pada kualitas permukaan sebuah objek. Kesan tekstur dapat muncul meski tidak menyentuh objek tersebut. Sensasi sentuhan tersebut muncul dari memori di otak bagaimana *feel*nya menyentuh tekstur tersebut. Cahaya dan bayangan pada permukaan sangat menentukan kualitas dan jenis tekstur. Tekstur juga dapat dibentuk dengan banyak memainkan kontras pada permukaan objek. (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 164).



Gambar 2.8. Contoh Motif dan Tekstur : *Portrait of the Artist* (Vincent van Gogh, 1889.)

2.1.2.4. Ruang

Seni pada masa lampau didominasi seni berbentuk tiga dimensi, seperti keramik, patung, dan besi tempa. Sampai seni dua dimensi masuk (gambar dan lukisan), barulah terpikir untuk menampilkan seni tiga dimensi dalam media dua dimensi. Ilmu arsitektural dimanfaatkan untuk membuat kesan ruang dan kedalaman dalam media datar (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 178).

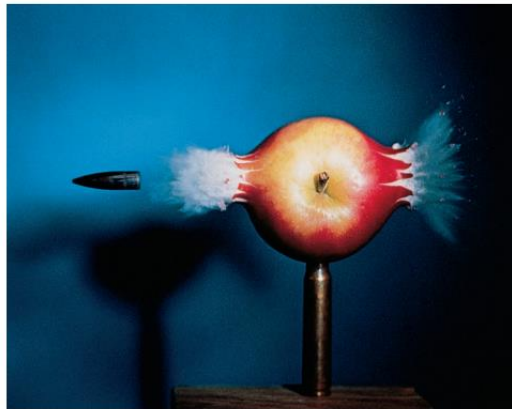


Gambar 2.9. Contoh Ruang : *Rue de Paris; Temps de Pluie* (Gustave Caillebotte, 1876-77)

2.1.2.5. *Motion*

Hampir seluruh aspek dalam kehidupan bergerak. Pergerakan dan perubahan merupakan karakteristik kehidupan ini. Manusia tidak bisa hanya diam tidak melakukan apapun. Kalaupun bisa, dunia disekitarnya tetap akan bergerak. Hal ini pun yang menjadi dasar *motion* dalam seni.

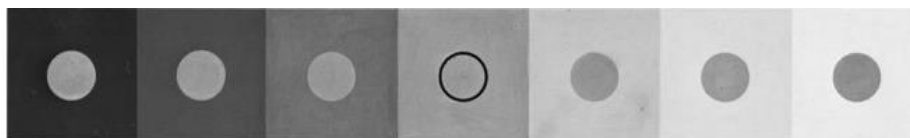
Seiring perkembangan jaman, transportasi dan komunikasi berkembang dengan cepat. Seni mulai merefleksikan konsep *speed*. (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 212).



Gambar 2.10. Contoh *Motion* : Making Applesauce at MIT
(Harold Edgerton, 1964)

2.1.2.6. *Value*

Value adalah tingkat kecerahan warna dalam desain. *Value* mempengaruhi tingkat *legibility* dalam karya. Elemen dalam desain dikatakan gelap atau terang bergantung pada tingkat kecerahan *background* dimana elemen itu berada (Pentak & Lauer, 2004, 224).



Gambar 2.11. *Value*
(*Design Basics*, 2004)

2.1.2.7. Warna

Berdasarkan esensial fakta mengenai teori warna milik Sir Isaac Newton, warna adalah bagian dari cahaya (visualisasi), dan bukan objek. Warna dari cahaya disebut *additive color (RGB)*. Warna dari pigment disebut *subtractive color (CMYK)*. (Pentak & Lauer, 2004, hlm. 236).



Gambar 2.12. Spektrum Warna
(*Design Basics*, 2004)

2.1.3. Tipografi

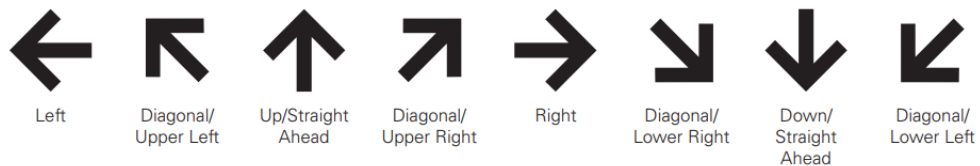
Dalam *alphabetical* modern barat diadaptasi dari huruf Romawi kuno, dikenal juga sebagai huruf Latin. Terdiri dari *lowercase*, *uppercase*, angka, karakter khusus, tanda baca, dan tanda diakritik. Tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam *sign system*. Penulisan informasi disampaikan lebih banyak menggunakan kata-kata daripada gambar atau simbol (Calori & Eynden, 2015, hlm. 127)



Gambar 2.13. Anatomi Huruf
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

2.1.4. Simbol dan Panah

Simbol dan panah merupakan elemen grafis yang mengkomunikasikan sebuah informasi melalui bentuk. Simbol memiliki makna yang serupa dengan *glyph*, *icon*, *pictograph*, dan *pictogram*. Penggunaannya menyesuaikan konsep yang mewakili kata atau benda yang dimaksud. Panah merupakan simbol untuk memvisualkan arah, seperti kiri, kanan, belok, dan sejenisnya (Calori & Eynden, 2015, hlm. 143)



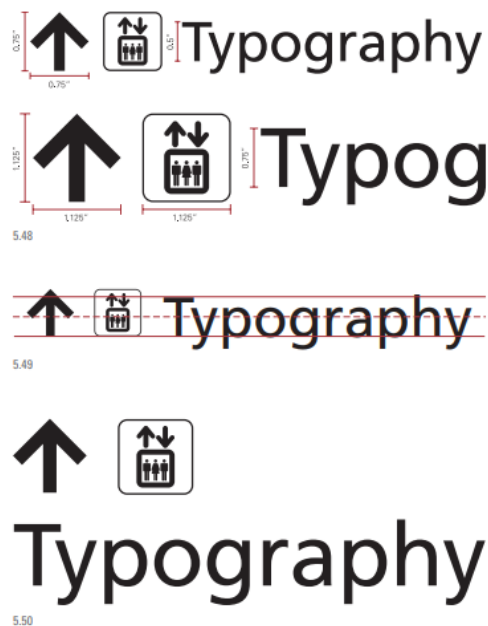
Gambar 2.14. Panah Sebagai Penunjuk Arah
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)



Gambar 2.15. Simbol Sebagai Perwakilan Benda atau Area
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

2.1.5. *Layout*

Jika diibaratkan dengan proses memasak, *layout* merupakan tahap *plating*, yaitu menata segala bahan (huruf, simbol, tanda, informasi, gambar) menjadi sebuah komposisi yang menarik dan nyaman dilihat. Tata letak dapat mengekspresikan tempat dan lingkungannya. Hal inilah yang menjadi focus desainer. Bagaimana menyampaikan pesan sebuah area melalui desain tata letak *sign system*nya. (Calori & Eynden, 2015, hlm. 165-166)



Gambar 2.16. Variasi *Layout*
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

2.1.6. **Hirarki**

Konten dalam sebuah *signage* memiliki tingkatan prioritas. Informasi yang lebih penting memiliki pembeda (posisi, ukuran, atau warna) dengan informasi lainnya. (Calori & Eynden, 2015, hlm. 98-99)



Gambar 2.17. Implementasi Hirarki
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

2.2. *Sign system*

2.2.1. *Environmental Graphic Design*

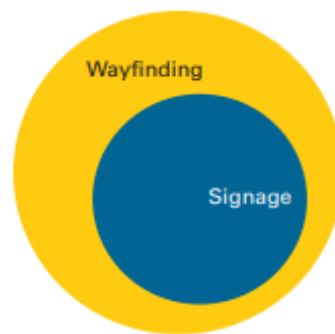
Pada jaman dahulu, manusia membuat simbol-simbol di dinding gua untuk berkomunikasi. Tiap simbolnya memiliki makna yang berbeda, sehingga terbentuklah sebuah sistem informasi yang kemudian berkembang menjadi bahasa. *Environmental Graphic Design* (EGD) sebagai komunikasi grafis dalam sebuah lingkungan dapat dikatakan sebagai metode grafis tertua.

Seiring perkembangan jaman dan pertumbuhan kota, meningkat pula pembangunan dan mobilitas manusia. Lingkungan dan jalanan kota menjadi kompleks. Masyarakat membutuhkan informasi dan sebuah sistem yang dapat membantu mereka dalam bernavigasi di lingkungan yang selalu bertumbuh. Perlu adanya tanda-tanda dengan visual, simbol, dan tipografi dalam skala besar, yang terencana secara sistematis menjadi cikal bakal terbentuknya *EGD* (Calori & Eynden, 2015, hlm. 2)

2.2.2. *Signage and Wayfinding*

Tujuan dari *signage* adalah membantu audiens menemukan arah yang ingin dituju. Sedangkan *wayfinding* sendiri membutuhkan lebih dari sekedar *signage*. Kunci untuk menjawab masalah *wayfinding* adalah membuat audiens membangun imajinasinya dengan membayangkan keberadaan dia dan sekitarnya di tempat tersebut.

Signage dan *wayfinding* berfokus pada memberi informasi dan arah, serta secara visual menyatu dengan lingkungannya. Secara efektif pula membangun sebuah identitas dan *brand image* dari tempat tersebut (Calori & Eynden, 2015, hlm. 6)



Gambar 2.18. Diagram *Signage* dan *Wayfinding*
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

2.2.3. *Jenis Sign system*

Sign system terbagi menjadi empat kategori berdasarkan fungsi dan kegunaannya.

Berikut ini pembagian jenis *sign system* menurut Gibson (2009, hlm. 48-54).

2.2.3.1. *Identification Sign*

Sign jenis ini menampilkan impresi terhadap suatu tempat. Mengkomunikasikan identitas dari tempat tersebut, baik dengan menampilkan logo maupun *icon*. Pada umumnya diletakan pada pintu masuk dan pintu keluar, ataupun penanda dari suatu area ke area lainnya.



Gambar 2.19. *Identification Sign* : City Museum, Melbourne, Australia
(The Wayfinding Handbook, 2019)

2.2.3.2. *Directional Sign*

Mengarahkan audiens tetap pada alur kunjungan pada suatu area. Ditempatkan pada area masuk, persimpangan, dan area keluar. Konsep *sign system* harus menyatu dan terpadu dengan lingkungannya, namun *sign* ini juga harus mampu dilihat dengan mudah. Percancangan harus

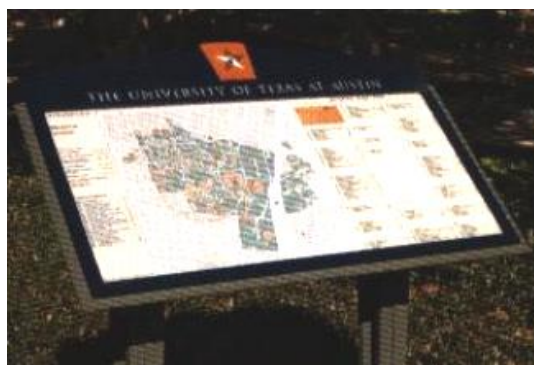
memiliki strategi untuk mengkombinasikan hal tersebut. Konten haruslah *simple* dan terkordinasi agar mudah dimengerti oleh audiens.



Gambar 2.20. *Directional Sign* : British Museum, London, England
(The Wayfinding Handbook, 2019)

2.2.3.3. *Orientation Sign*

Berkordinasi dengan *identification sign* dan *directional sign* untuk menghasilkan panduan arah yang maksimal. Visual yang digunakan pada umumnya berupa gambaran peta lokasi dengan penanda “*You Are Here*”. Ukurannya harus besar dan dapat dilihat oleh beberapa audiens sekaligus.

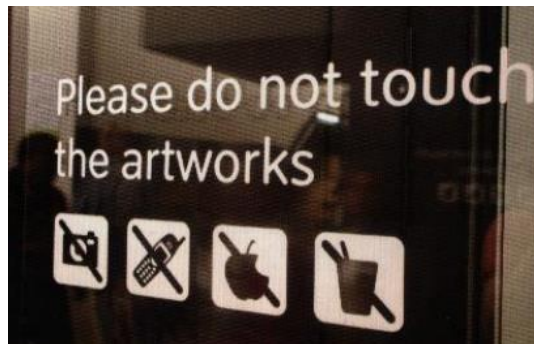


Gambar 2.21. *Orientation Sign* : Campus Map, Austin, Texas
(The Wayfinding Handbook, 2019)

2.2.3.4. *Regulatory Sign*

Berisikan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan di area tersebut.

Penyampaiannya harus sopan agar tidak menyinggung audiens.



Gambar 2.22. *Regulatory Sign* : Tate Modern, London, England
(The Wayfinding Handbook, 2019)

2.2.4. *Metode Pemasangan Signage*

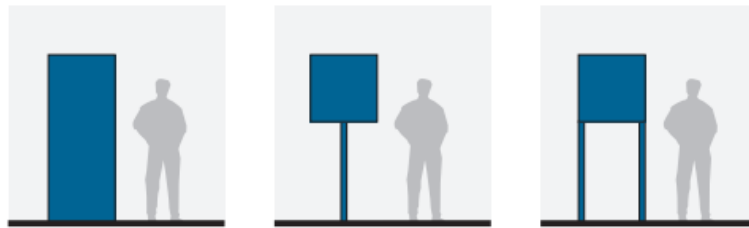
Menurut Calori & Eynden (2015, hlm. 193-196) terdapat 4 jenis dasar pemasangan *signage*. Ini menjadi penentu dalam pemetaan dan jarak pandang.

2.2.4.1. *Freestanding atau Ground-mounted*

Bagian bawah *signage* menempel di permukaan tanah atau lantai. Metode ini terbagi lagi menjadi tiga jenis, yaitu :

1. *Pylon* atau *monolith*, badan *signage* memanjang dengan seluruh bagian bawahnya menempel pada tanah, lantai, atau permukaan horizontal lainnya.
2. *Lollipop* atau "*sign on a stick*", badan *signage* hanya sebagian dengan penopang sebuah pipa/tongkat/silinder yang menempel pada tanah, lantai, atau permukaan horizontal lainnya.

3. *Multiple-posted*, badan *signage* hanya sebagian dengan penopang sepasang pipa/tongkat/silinder di kedua sisi bagian bawah *signage* yang menempel pada tanah, lantai, atau permukaan horizontal lainnya.

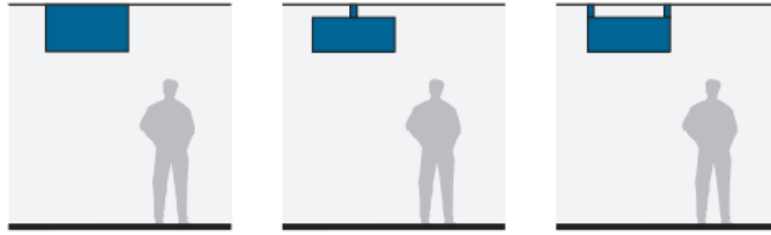


Gambar 2.23. *Freestanding* atau *Ground-mounted*
(Calori & Eynden , 2015)

2.2.4.2. *Suspended* atau *Ceiling-hung*

Bagian atas *signage* menempel pada *ceiling* ruangan. Metode ini terbagi lagi menjadi tiga jenis, yaitu :

1. *Suspended monolith*, posisi *signage* menggantung dengan seluruh permukaan atas *signage* menempel pada *ceiling* ruangan.
2. *Suspended pendant*, posisi *signage* menggantung dengan penghubung sebuah pipa/tongkat/silinder yang menempel pada *ceiling* ruangan.
3. *Suspended multiple-posted*, posisi *signage* menggantung dengan penghubung sepasang pipa/tongkat/silinder yang menempel pada *ceiling* ruangan.

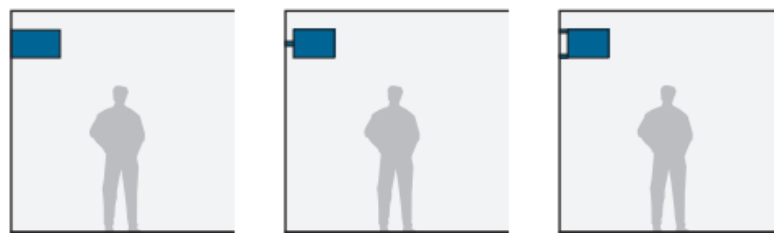


Gambar 2.24. *Suspended* atau *Ceiling-hung*
(Calori & Eynden , 2015)

2.2.4.3. *Projecting* atau *flag-mounted*

Bagian sisi *signage* menempel pada dinding. Metode ini terbagi lagi menjadi tiga jenis, yaitu :

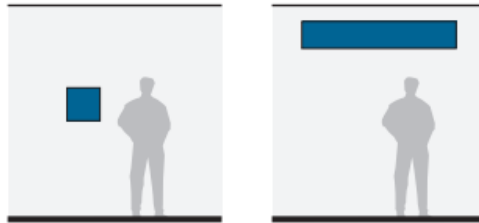
1. *Projecting monolith*, posisi *signage* menggantung dengan seluruh permukaan sisi *signage* menempel pada dinding atau permukaan vertikal lainnya.
2. *Projecting lollipop*, posisi *signage* menggantung dengan penghubung sebuah pipa/tongkat/silinder di bagian sisi *signage* yang menempel pada dinding atau permukaan vertikal lainnya.
3. *Projecting multiple-posted*, posisi *signage* menggantung dengan penghubung sepasang pipa/tongkat/silinder di bagian sisi *signage* yang menempel pada dinding atau permukaan vertikal lainnya.



Gambar 2.25. *Projecting* atau *Flag-mounted*
(Calori & Eynden , 2015)

2.2.4.4. *Flush* atau *flat wall-mounted*

Bagian belakang *signage* menempel pada dinding atau permukaan vertikal lainnya. Metode ini disebut juga *wall plaque*.



Gambar 2.26. *Flush* atau *Flat Wall-mounted*
(Calori & Eynden , 2015)

2.2.5. Material

2.2.5.1. Logam

Logam dapat dilelehkan dan dicetak menjadi bentuk apapun, baik bentuk struktur maupun lembaran. Hal inilah yang menjadikannya salah satu bahan yang paling sering digunakan dalam pembuatan *signage*. Logam padat juga sering digunakan sebagai *base* pada *signage*. Contoh logam yang dipakai : aluminium, baja karbon, *stainless steel*, perunggu, tembaga, dan kuningan. (Calori & Eynden, 2015, hlm. 225-226).

2.2.5.2. Plastik

Bahan plastik digunakan dalam pembuatan *signage* karena memiliki beberapa sifat unik, yaitu lentur, mudah dibentuk, tahan pecah, tembus cahaya, relatif ringan dan tahan lama (tidak berkarat dan tidak lapuk). *Signage* dengan bahan plastik yang berwarna (tidak bening) pada

umumnya diberi lampu di bagian dalamnya, karena sifatnya yang tembus cahaya membuatnya memancarkan warna dengan baik. Contoh bahan plastik yang dipakai : plastik resin, *PVC*, *pellets*, akrilik, *polycarbonate*, *styrenes*, *vinyls*, *phenolics*, dan *photopolymers* (Calori & Eynden, 2015, hlm. 226-229).

2.2.5.3. Kaca

Kelebihan bahan kaca yaitu memberi kesan elegan, baik untuk jangka panjang, dan tidak membutuhkan lapisan pelindung, namun memiliki kekurangan yaitu berat dan membutuhkan biaya tinggi. (Calori & Eynden, 2015, hlm. 229-230).

2.2.5.4. Kayu

Beberapa dekade terakhir bahan kayu sudah jarang dipakai sebagai bahan utama *signage*, tergantikan oleh bahan plastik. Selain karna alasan lingkungan, bahan plastik tentunya relatif lebih murah. Namun penggunaan bahan kayu tidak sepenuhnya musnah, bahan ini masih dipakai untuk menyesuaikan konsep dan lingkungan dimana *signage* berada. Dalam menggunakan bahan ini perlu diberi pelindung cat bening atau pernis, tujuannya untuk melindungi kayu dari rayap dan untuk visual yang lebih baik. Contoh bahan kayu yang pada umumnya dipakai : *pine 2-by-4s*, *plywood*, *lathe-turned posts*, *solid hardwood*, *veneered panels*, *fiberboard* (Calori & Eynden, 2015, hlm. 231-232).

2.2.5.5. Fabrics

Bahan kain memiliki keunggulan dalam karakteristiknya yaitu fleksibel, memiliki visual menarik, dan biayanya relatif rendah. Namun kekurangannya adalah ketahanan yang rendah. Apabila bahan kain tidak dilapisi lapisan khusus, warna pada kain akan terdegradasi yang akan menurunkan kualitas visual. Pada umumnya bahan ini digunakan di luar ruangan, diimplementasikan menjadi baliho, spanduk, kanopi, dan bendera (Calori & Eynden, 2015, hlm. 233).

2.2.5.6. Masonry

Ini adalah bahan yang tidak umum digunakan untuk pembuatan *signage*, yaitu batu, bata, dan beton. Pada umumnya digunakan dalam pembuatan *signage* di area luar ruangan atau bangunan yang menonjolkan arsitektural klasik. Karakteristiknya memiliki visual yang sangat menarik dan tingkat ketahanan yang tinggi. Kekurangannya adalah sangat berat dan biaya yang relatif tinggi. Jenis *masonry* antara lain *marble*, *granite*, *slate*, *limestone*, dan *sandstone* (Calori & Eynden, 2015, hlm. 233).

2.3. Zona Penempatan, Sudut dan Jarak Pandang Mata

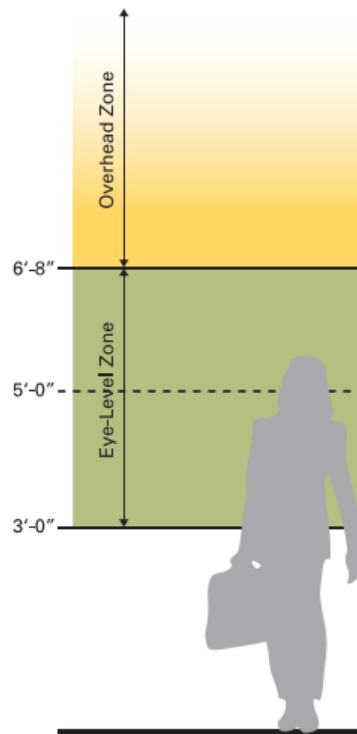
2.3.1. Zona Penempatan

Zona penempatan *sign system* terbagi menjadi dua, yaitu *overhead zone* dan *eye-level zone* (Calori & Eynden, 2015, hlm. 203-204).

Overhead zone yaitu *sign system* yang berada pada posisi 6'-8" (202 cm) diatas permukaan lantai. *Sign* yang berada pada posisi ini memiliki tingkat hirarki

tertinggi. Penempatannya bertujuan agar tidak terhalang oleh orang dan kendaraan yang lalu lalang.

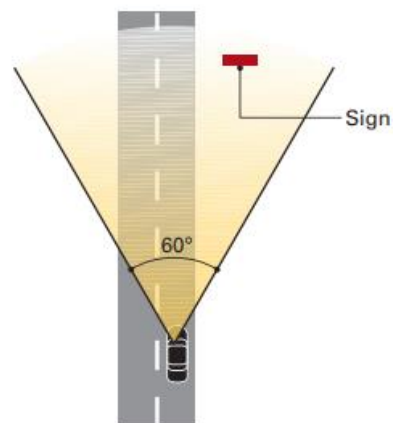
Eye-level zone yaitu *sign system* yang berada pada posisi antara 3'-0" (91 cm) hingga 6'-8" (202 cm) di atas permukaan lantai. Pada umumnya berada pada ketinggian 5'-0" (152 cm). *Sign* yang berada pada posisi ini memiliki tingkat hirarki menengah atau rendah. Informasi pada posisi ini pada umumnya berisikan penjelas atau pelengkap.



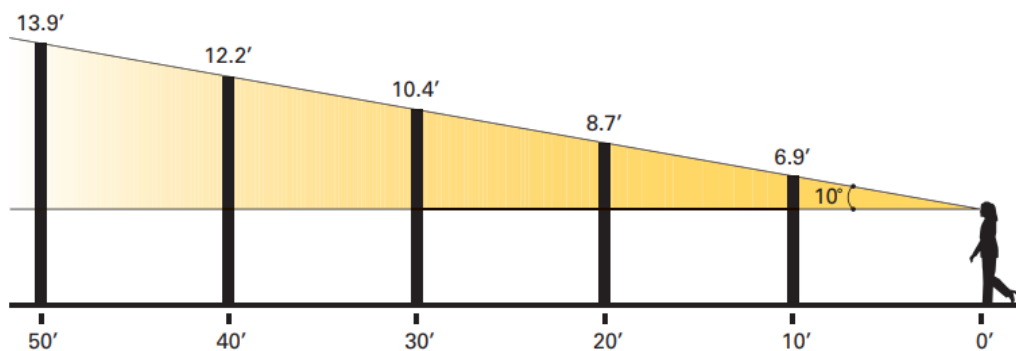
Gambar 2.27. Zona Penempatan *Sign system*
(Calori & Eynden , 2015)

2.3.2. Sudut dan Jarak Pandang Mata

Menurut Calori & Eynden (2015) sudut pandang horizontal manusia maksimal 20 sampai 30 derajat dari garis vertikal mata ketika melihat lurus kedepan. Sedangkan sudut pandang vertikal manusia maksimal 10 sampai 15 derajat dari garis horizontal mata ketika melihat lurus kedepan. (hlm. 206-207)



Gambar 2.28. Sudut Pandang Horizontal Manusia (Calori & Eynden , 2015)



6.22

Gambar 2.29. Sudut Pandang Vertikal Manusia (Calori & Eynden , 2015)

Dari gambar 2.29 dapat dijabarkan bahwa jarak pandang mata manusia mempengaruhi ukuran *sign system* yang akan dibuat. Maka dalam perancangannya perlu menentukan hirarki dalam informasi yang ingin disampaikan. Semakin penting sebuah informasi memiliki ukuran lebih besar dan posisi lebih tinggi dibandingkan informasi lainnya.

2.3.3. ADA Standards

Dalam teorinya, Chris & Eynden merujuk pada ADA (*American with Disability Acts*) Standards 2010 (hlm.205). ADA Standards merupakan salah satu peraturan yang diakui secara universal dalam mengatur sistem komunikasi di ruang publik yang ramah terhadap masyarakat distabilitas. Beberapa hal yang dianjurkan pada ADA Standards adalah *character spacing* 10%-35% dari tinggi karakter, *line spacing* 135%-170% dari tinggi karakter, tinggi *background pictogram* 15cm, serta daftar ketinggian dan jarak pandang pada tabel berikut ini (ADA Standards, 2010, hlm. 191).

Tabel 2.1. *Visual Character Height*

Tinggi Baseline Tipografi dari Tanah	Jarak Pandang Horizontal	Tinggi Minimal Karater
101,5-178cm	Kurang dari 183cm	1,6cm
	Lebih dari atau sama dengan 183cm	1,6cm ditambah 0,3cm setiap jarak bertambah 30,5cm
178,1-305cm	Kurang dari 457cm	5,1cm
	Lebih dari atau sama dengan 457cm	5,1cm ditambah 0,3cm setiap jarak bertambah 30,5cm
Lebih dari 305cm	Kurang dari 640cm	7,5cm
	Lebih dari atau sama dengan 640cm	7,5cm ditambah 0,3cm setiap jarak bertambah 30,5cm

2.4. Museum

2.4.1. Definisi Museum

Menurut International Council of Museums (ICOM) dalam archives.icom.museum (diakses pada 20 Agustus 2019) museum adalah institusi non-profit dan permanen yang bertujuan melayani masyarakat, terbuka umum untuk melakukan pengumpulan, konservasi, riset, melestarikan, mengomunikasikan, dan menampilkan warisan sejarah manusia.

2.4.2. Peran Museum

Peran museum menurut Ambrose & Paine (2006) adalah menjaga, menyampaikan, dan menjelaskan nilai-nilai suatu budaya kepada masyarakat luas. Museum harus memahami publik dari segi ketertarikan dan kepentingan, suka dan tidak suka, kebutuhan dan keinginan. Hal tersebut sangatlah penting dalam peningkatan pelayanan publik dan pencapaian sebagai museum yang “berhasil” (*Museum Basics*, 2006, hlm. 18-19).

2.4.3. Klasifikasi Museum

Menurut Ambrose & Paine (*Museum Basics*, 2006, hlm. 6) museum dibagi menjadi beberapa klasifikasi sebagai berikut.

2.4.3.1. Berdasarkan Koleksi

Museum berdasarkan koleksi terbagi menjadi : museum sejarah, museum arkeologi, museum seni, museum etnografi, museum geologi, museum sejarah alam, museum ilmu pengetahuan, museum industrial, dan museum militer

2.4.3.2. Berdasarkan Pengelola

Museum berdasarkan pengelola terbagi menjadi : museum pemerintah, museum pemerintah daerah, museum universitas, museum independen, museum tentara, museum perusahaan komersial, serta museum pribadi.

2.4.3.3. Berdasarkan Area

Museum berdasarkan area terbagi menjadi : museum nasional, museum regional, museum kota, serta museum local

2.4.3.4. Berdasarkan Audiens

Museum berdasarkan audiensnya terbagi menjadi : museum umum, museum pendidikan, dan museum spesialis.

2.4.3.5. Berdasarkan Metode Memamerkan Objek

Museum berdasarkan metode memamerkan objek terbagi menjadi : museum tradisional, museum bangunan bersejarah, museum terbuka (*open-air museum*), dan museum interaktif.

2.4.4. Museum Terbuka (*Open-air Museum*)

Menurut *Association of European Open Air Museums (AEOM)*, museum terbuka didefinisikan sebagai koleksi ilmiah di ruang terbuka yang memiliki identitas dari segi bentuk dan konstruksinya, dan identitas tersebut akan merepresentasikan sebuah pola kehidupan sosial, ekonomi, budaya, dan teknologi pada masa tertentu.

Sedangkan menurut *International Council of Museums (ICOM)*, museum terbuka merupakan bangunan bersejarah itu sendiri (*insitu*), seutuhnya maupun

sebagian, baik yang direkonstruksi ulang maupun objek aslinya, yang telah ditata ulang serupa mungkin dengan kondisi aslinya dan layak diperlihatkan kepada masyarakat umum.

Konsep dasar Museum Taman Prasasti sebagai upaya pelestarian koleksi prasasti nisan. Sehingga museum ini memiliki identitas sebagai museum prasasti batu nisan jaman kolonial. Terdapat pula 32 makam *insitu* di museum tersebut yang masih dalam posisi awalnya. Berdasarkan hal ini, maka Museum Taman Prasasti dapat diklasifikasikan sebagai museum terbuka.