



### **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 III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Metodologi pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami makna individu atau kelompok yang berkaitan dengan masalah sosial atau manusia (Cresswell, 2018, hal. 20). Metode tersebut adalah wawancara, observasi lapangan, dan studi eksisting. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi yang digunakan penulis adalah dengan kamera sebagai pengambilan foto dan perekam, media chat dan catatan untuk wawancara.

##### **3.1.1. Wawancara**

Wawancara dilakukan kepada empat narasumber, yaitu Elisabet, pengawas dari Museum Prangko Indonesia, Bapak Susilo Richard, filatelis serta salah satu penggagas Museum Prangko Indonesia, Bapak Gita Noviandi, filatelis dan sekretaris dari Perkumpulan Filatelis Indonesia (PFI)., dan yang terakhir adalah Bapak Sahlan, Manager Pelayanan dan Penjualan dari Kantor Filateli Indonesia.

##### **1. Elisabet, Pengurus Museum Prangko Indonesia**

Wawancara pertama dilakukan dengan Elisabet selaku pengurus Museum Prangko Indonesia di Taman Mini Indonesia Indah. Wawancara dilakukan di Museum Prangko Indonesia pada tanggal 7 Februari 2020 dengan hasil wawancara dalam bentuk rekaman.

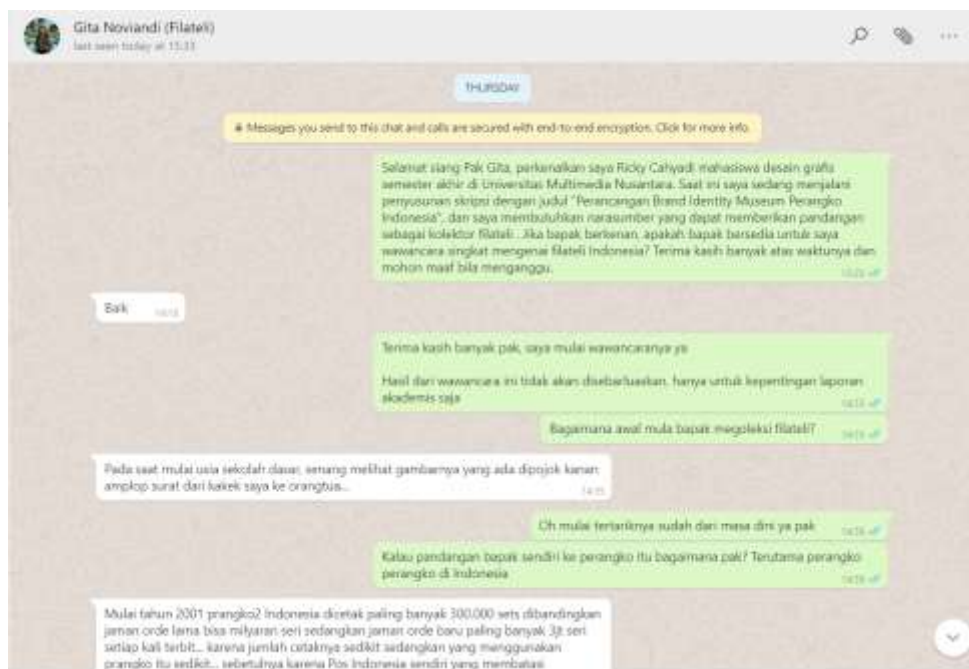
Dari hasil wawancara Elisabet, beliau mengatakan bahwa untuk upaya *branding* dari pihak Museum Prangko Indonesia itu sendiri masih belum ada. Hal ini yang menjadi salah satu faktor sepiunya pengunjung museum selain faktor waktu yang kurang tepat. Pengunjung museum ini hanya mencapai 5 orang lokal dan 3 sampai 5 orang asing pada hari biasa, dan 20 orang lokal dan 3 sampai 5 orang asing pada hari libur. Ketertarikan akan prangko juga lebih tinggi oleh orang asing dibandingkan orang lokal itu sendiri. Untuk pengunjung dalam bentuk lembaga/instansi, biasanya per bulannya kurang lebih hanya 1 grup saja. Pihak museum sendiri juga sudah pernah melakukan upaya promosi ke publik, namun hanya sedikit upaya saja sehingga hal tersebut juga menjadi faktor sepiunya pengunjung Museum Prangko Indonesia.

Program yang direncanakan dari pihak museum rata-rata berupa aktivitas interaksi dengan publik; lomba bercerita melalui prangko, kegiatan filateli, ataupun acara *talkshow* dengan komunitas-komunitas filateli. Elisabet selaku pihak Museum Prangko Indonesia berharap dengan adanya upaya promosi ini, tingkat peminatan dan juga *awareness* dari masyarakat terhadap Museum Prangko Indonesia dapat meningkat lebih baik dari sebelumnya.

## **2. Gita Noviandi, Filatelis Senior dan Sekretaris PFI**

Wawancara kedua dilakukan dengan Gita Noviandi, beliau adalah seorang filatelis senior dan sekretaris forum filatelis Indonesia yaitu Perkumpulan Filatelis Indonesia (PFI). Wawancara dilakukan pada tanggal 20 Februari 2020 menggunakan chat via Whatsapp.

Tujuan wawancara dengan beliau adalah untuk mendapat pandangan dari filatelis senior mengenai Museum Prangko Indonesia. Awalnya beliau mengoleksi prangko mulai dari saat di sekolah dasar dengan alasan sekedar senang melihat gambarnya. Beliau juga beranggapan bahwa seri prangko di Indonesia yang sudah lama sulit untuk ditemukan. Hobi prangko ini juga akan terus digemari kedepannya karena sudah mendunia. Namun, beliau beranggapan bahwa Museum Prangko Indonesia masih sangat kurang keadaanya sekarang ini. Beliau malu karena Museum Prangko Indonesia masih kurang informasi serta materi jika dibandingkan dengan museum prangko di luar negeri.



Gambar 3.1. Wawancara dengan Gita Noviandi

### **3. Susilo Richard, Filatelis Senior dan Penggagas Museum Prangko Indonesia**

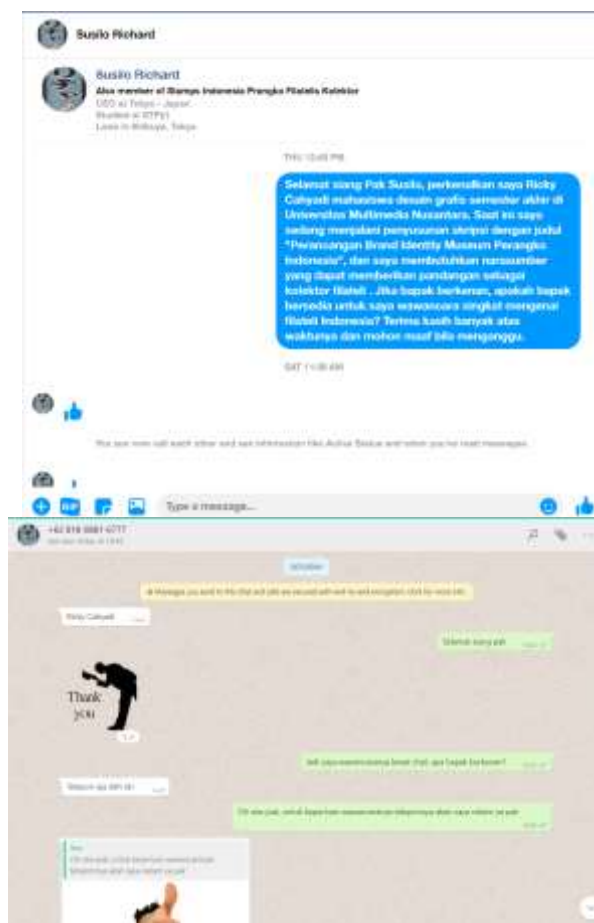
Wawancara ketiga dilakukan dengan Susilo Richard, beliau adalah seorang filatelis senior serta salah satu dari penggagas dari dibuatnya Museum Prangko Indonesia. Wawancara dilakukan pada tanggal 23 Februari 2020 menggunakan telepon.

Tujuan Wawancara dengan beliau adalah untuk mendapatkan pandangan filatelis senior serta latar belakang dibangunnya Museum Prangko Indonesia. Beliau sendiri lah yang mengajukan pembakuan kata “prangko” di awal tahun 1983. Pembakuan ini kemudian diakui oleh PT Pos Indonesia dan prangko menjadi kata baku sampai sekarang. Beliau mengusulkan pembuatan Museum Prangko Indonesia ke Presiden Soeharto dengan tujuan mengenalkan masyarakat Indonesia tentang unik dan kayanya budaya perangko; entah dari sejarah yang diceritakan lewat serial koleksi prangko ataupun koleksi prangko di Indonesia sepanjang masa penjajahan. Sayangnya beliau sudah tidak mengetahui kondisi museum sekarang, karena beliau sudah tinggal di Jepang selama 37 tahun.

Beliau memiliki pandangan yang unik terhadap prangko. Menurut beliau, prangko tidak akan pernah punah sampai kapanpun. Prangko merupakan media paling universeal, di mana semua tema di dunia ini dapat dijadikan prangko. Prangko itu sendiri sudah menjadi budaya masing-masing negara yang berguna untuk mengingatkan dan mengedukasi manusia.

Menurut beliau, ada dua permasalahan dari hobi filateli saat ini. Pertama adalah makin berkurangnya ketertarikan prangko di kalangan anak muda karena

kebanyakan anak muda lebih sering menggunakan internet, sehingga prangko sudah tidak lagi digunakan sesering dulu. Terakhir adalah menipisnya filatelis-filatelis di Indonesia.



Gambar 3.2. Wawancara dengan Susilo Richard

#### 4. Sahlan, Manajer Pelayanan dan Penjualan Kantor Filateli Indonesia

Wawancara keempat dilakukan dengan Sahlan, beliau adalah Manajer Pelayanan dan Penjualan dari Kantor Filateli Indonesia. Penulis mendatangi Kantor Filateli secara langsung karena tidak adanya jawaban saat ditelepon, namun pak Sahlan menanggapi wawancara tersebut melalui chat karena beliau memiliki kesibukan sehingga tidak dapat wawancara secara langsung pada hari tersebut. Wawancara

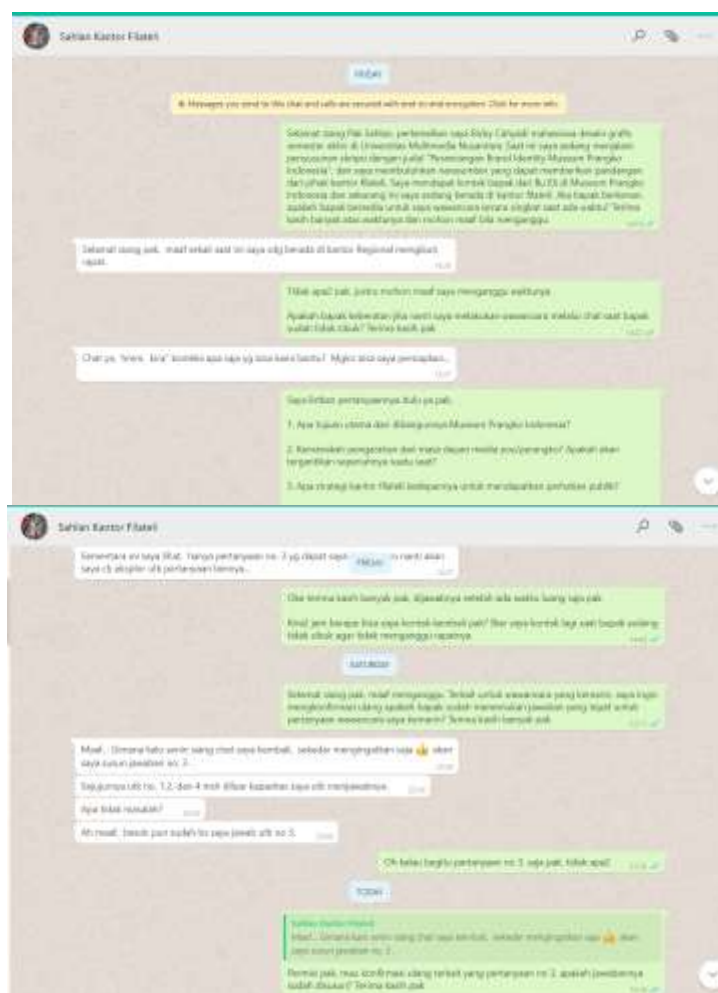
dilakukan pada tanggal 21 Februari 2020 sampai dengan 24 Februari 2020 menggunakan chat via Whatsapp. Alasan jangka waktu tersebut adalah karena respon yang lamban dari narasumber, sehingga penulis harus menunggu agar narasumber dapat menjawab pertanyaan yang ditanyakan.

Selain itu, narasumber hanya dapat menjawab 1 dari empat pertanyaan dengan alasan bahwa tiga pertanyaan lainnya masih diluar kapasitas narasumber untuk dijawab. Pertanyaan tersebut adalah mengenai strategi Kantor Filateli untuk mendapatkan perhatian publik.

Untuk strategi kedepannya, kantor filateli tidak hanya terfokus kepada perhatian publik, melainkan pengembangan dari kemudahan pelayanan kantor serta rencana memperbanyak kolektor prangko muda di Indonesia. Dalam upaya regenerasi filatelis, ada beberapa poin yang akan dilakukan oleh pihak Kantor Filateli:

1. Mengadakan program Prangko Prisma, yaitu prangko kustomisasi yang dapat berupa foto permintaan pemesan, karya lukis/tulisan, ataupun *personal branding* yang menjadi hak cipta dari pemesan.
2. Mengadakan wisata kunjungan ke Kantor Pos Indonesia dalam rangka mengajari murid PAUD – SD mengenai menulis di media kartu pos dan prangko.
3. Meluncurkan website (<https://filateli.co.id>) dan aplikasi seluler Filateli yang sedang dalam tahap penyelesaian. Kedua jasa ini ditujukan untuk mempermudah masyarakat yang memiliki keperluan yang berhubungan dengan benda filateli baik di Indonesia ataupun internasional.

4. Aktif dalam bersosialisasi ke lingkungan-lingkungan sekolah dalam mengenalkan filateli dan mengajak murid untuk aktif melakukan *postcrossing*, proyek *online* di mana member dari proyek tersebut dapat bertukar kartu pos ke seluruh dunia. Program ini juga bertujuan untuk memberikan murid-murid sarana berkomunikasi dan melatih kemampuan bahasa Inggris.



Gambar 3.3. Wawancara dengan Bapak Sahlan



### 3.1.2. Observasi

Penulis melakukan observasi terhadap Museum Prangko Indonesia yang berlokasi di Taman Mini Indonesia Indah, Jalan Taman Mini Indonesia Indah, RW.2, Ceger, Kecamatan Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13820 pada tanggal 7 Februari 2020. Museum ini awalnya diresmikan pada tahun 1983 oleh Presiden Soeharto. Di depan pintu masuk museum, terdapat sebuah patung bola dunia dengan merpati yang membawa surat di paruhnya. Patung ini menyimbolkan visi dan misi dari PT Pos Indonesia, yaitu menjangkau seluruh dunia.



Gambar 3.4. Patung Bola Dunia dengan Merpati

Di pintu masuk, terdapat sebuah patung Hanoman yang dalam dunia perwayangan ditugaskan sebagai Dhuta Dharma sang pembawa berita yang memiliki misi yang sama dengan patung bola dunia dengan merpati. Biaya masuk perorangannya adalah 5 ribu per harinya dan pengunjung dapat masuk kembali di hari yang sama. Waktu berkunjung di museum ini untuk hari senin sampai sabtu adalah dari jam 8 pagi sampai 4 sore, kecuali pada hari minggu yaitu jam 8 pagi sampai 5 sore.



Gambar 3.5. Pintu Masuk Museum Prangko Indonesia

Museum Prangko Indonesia dibagi menjadi tujuh bagian yang disebut sebagai penyajian yang disajikan searah jarum jam. Di tengah dari ruangan tersebut terdapat bangunan dua lantai berbentuk segi delapan. Bangunan ini melambangkan bentuk dasar matahari yang menyinari cahayanya ke delapan arah.



Gambar 3.6. Bangunan Dua Lantai di Dalam Museum

Ruang penyajian I, Sejarah Prangko, menyajikan sejarah dari budaya tulis menulis surat serta sejarah dari prangko di Indonesia dan juga internasional. Segmen ini menyajikan foto-foto alat dan bahan yang digunakan dalam penulisan di kertas lontar, yaitu media yang dibuat menggunakan daun lontar pada jaman dahulu. Proses pembuatan kertas ini diceritakan melalui foto. Lalu ada juga point-point penting yang terjadi di antara tahun 1602-1864, seperti foto dari Sir Rowland Hill. Beliau adalah pencetus pertama dari konsep prangko. Ada juga miniatur kapal perang VOC, kereta pos, kuda pos dan juga pedati pos. Yang terakhir dari segmen ini adalah arsip dari lukisan pembuatan Jalan Pos sepanjang 1.000 km dari Anyer sampai Panarukan pada tahun 1808.



Gambar 3.7. Ruang Penyajian I, Sejarah Prangko

Ruang penyajian II, Proses Pembuatan Prangko, adalah segmen yang menampilkan pembuatan prangko dari awal sampai akhir. Proses yang dijelaskan di segmen ini dijelaskan melalui foto tahap-tahap setiap prosesnya, yaitu dimulai dari mendesain ilustrasi prangko, pembuatan *plate*, *printing*, *perforation* (pembutan lubang-lubang kecil agar prangko dapat dipotong dengan mudah), penomoran, pemotongan, verifikasi dan yang terakhir adalah pengemasan. Segmen ini juga memperlihatkan internal dari mesin pencetakan prangko.



Gambar 3.8. Ruang Penyajian II, Proses Pembuatan Prangko



Gambar 3.9. Foto proses pembuatan prangko dari awal sampai akhir

Ruang penyajian III, Prangko Berdasarkan Periode Penerbitan (sebelum kemerdekaan dan masa perang kemerdekaan), menyajikan prangko yang digunakan di Indonesia dari tahun 1864 sampai dengan 1949. Segmen ini menyajikan prangko dalam 4 kategori periode, yaitu masa pemerintahan Belanda, masa pendudukan Jepang, masa perang kemerdekaan dan yang terakhir adalah masa setelah perang kemerdekaan.



Gambar 3. 10. Ruang Penyajian III, Prangko Berdasarkan Periode Penerbitan Tahun 1864 - 1949



Ruang penyajian IV, Prangko Berdasarkan Periode Penerbitan (sesudah kemerdekaan), menyajikan prangko dari tahun 1950 sampai dengan sekarang. Segmen ini menyajikan prangko dari kejadian bersejarah seperti Konferensi Asia Afrika, seri Dekrit Presiden, seri Satelit Palapa dan lain-lainnya



Gambar 3.11. Ruang Penyajian IV, Prangko Berdasarkan Periode Penerbitan Tahun 1950 - Sekarang

Ruang penyajian V, Prangko Berdasarkan Tema (kebudayaan, pariwisata, flora, fauna, lingkungan hidup & kemanusiaan), menyajikan koleksi prangko dengan tema-tema spesifik. Terdapat diorama salah satu tema yang disajikan di segmen ini yaitu kehidupan masyarakat Indonesia.



Gambar 3.12. Ruang Penyajian V, Prangko Berdasarkan Tema

Ruang penyajian VI, Prangko Berdasarkan Tema (pramuka & olahraga), menyajikan koleksi prangko dengan tema kegiatan pramuka pemuda Indonesia serta bermacam-macam olahraga. Di segmen ini terdapat diorama pramuka anak Indonesia serta foto dari Ibu Tien Soeharto dalam pakaian pramuka yang sedang menandatangani Sampul Hari Pertama prangko Jambore Internasional ke IV di Cibubur pada bulan Juni tahun 1981.



Gambar 3.13. Ruang Penyajian VI, Prangko Berdasarkan Tema (Pramuka & Olahraga)

Ruang penyajian VII, Kegiatan Filateli, menyajikan diorama kegiatan filateli yang memiliki beberapa pesan, yaitu:

1. Menanamkan sikap positif berupa ketekunan, kecermatan, ketelitian, kreatifitas dan disiplin.
2. Kegiatan tukar menukar prangko membangun sikap kejujuran, serta pengertian dan tanggung jawab yang baik.
3. Menjalin persaudaraan, persahabatan sekaligus untuk meningkatkan kemampuan berbahasa asing.

4. Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karena dapat mempelajari berbagai aspek dari prangko yang diketahuinya.
5. Memberikan ketengan jiwa ditengah kesibukan.

Terdapat juga beberapa koleksi prangko pada segmen ini untuk kepentingan diorama.



Gambar 3. 14. Ruang Penyajian VII, Kegiatan Filateli

Sepanjang penulis menelusuri museum, akses terhadap media informasi sangatlah minim. Brosur panduan museum juga tidak ada karena habis, alhasil penulis harus meminta langsung ke bagian kantor dari Museum Prangko Indonesia untuk mendapatkan brosur tersebut. Sayangnya, brosur tersebut tidak terlalu baik karena banyaknya kata-kata serta *layout* yang tidak menarik. Penulis juga mencoba menanyakan mengenai *brand image* serta logo dari museum, namun yang penulis dapatkan hanyalah panduan visi misi untuk karyawan serta logo yang inkonsisten dan hanya dipakai secara internal seperti pada cap di surat tanda terima.





Gambar 3.15. Brosur Museum Prangko Indonesia



Gambar 3.16. Logo Museum Prangko Indonesia pada Tanda Terima



Gambar 3.17. Panduan visi misi Museum Prangko Indonesia

### 3.1.3. Studi Eksisting

Dalam perancangan *brand image* untuk Museum Prangko Indonesia, penulis memakai metode studi eksisting agar dapat mendapatkan referensi *branding* museum filateli lainnya.

#### 1. *The Postal Museum (London)*

*The Postal Museum* yang terletak di London adalah museum ekshibisi dan sejarah dari jasa surat menyurat di Inggris yang sudah berjalan selama lebih dari 500 tahun lamanya. Museum ini dibuka awalnya pada tahun 1969 dan ditutup pada tahun 1998, sampai akhirnya dibuka kembali dengan *rebranding* yang lebih modern pada 28 Juli 2017. Untuk mengikuti perubahan jaman, museum ini memberikan *image* modern minimalis; palet warna cerah serta pemakaian *gestalt* untuk logonya dan pemakaian *font* yang ringan untuk dibaca.

Logo yang digunakan pada museum ini menggunakan teknik *gestalt* yang memberikan gambar amplop serta *typeface sans serif* untuk memberikan gambaran minimalis dan praktis.



Gambar 3.18. Logo *The Postal Museum*  
([www.postalmuseum.org](http://www.postalmuseum.org))

Poster museum ini juga menggunakan supergrafis *gestalt* dan perpaduan fotografi serta informasi yang minim namun cukup.



Gambar 3.19. Poster *The Postal Museum*  
(<http://www.graphis.com/entry/b19effa4-529a-4fb5-960f-de5cd7c41212/>)

Berikut pengaplikasian supergrafis *The Postal Museum* kedalam media sekunder yaitu surat pos.



Gambar 3. 20. Surat pos *The Postal Museum*  
(<https://blog.norphil.co.uk/2017/07/>)

Brosur dari *The Postal Museum* menggunakan teknik *z fold*, yaitu format A4 yang dilipat menjadi 3 bagian di mana halaman paling depan didesain sehingga berbentuk seperti amplop.



Gambar 3.21. Brosur *The Postal Museum*  
(<http://www.graphis.com/entry/b19effa4-529a-4fb5-960f-de5cd7c41212/>)

*Signage* dari museum ini menggunakan logo arah yang simpel dan merupakan *gestalt* dari bentuk supergrafis amplop museum.



Gambar 3.22. *Signage The Postal Museum*  
 (<http://www.graphis.com/entry/b19effa4-529a-4fb5-960f-de5cd7c41212/>)

Salah satu produk dari *The Postal Museum* yang masih mengimplementasikan supergrafis ke dalam produknya.



Gambar 3.23. Produk dari *The Postal Museum*  
 (<https://shop.postalmuseum.org/products/the-postal-museum-presentation-pack?variant=15418008579/>)

## 2. *South Korea's National Museum of Modern and Contemporary Art*

*South Korea's National Museum of Modern and Contemporary Art* adalah museum seni di Korea Selatan yang pertama kali dibuka pada tahun 1969 sampai sekarang. *Brand image* yang dimiliki oleh museum ini memiliki citra modern, yaitu minimalis dengan pemakaian *gestalt* serta warna yang cerah dan juga logo yang adaptif dan dapat diubah sesuai dengan tema pameran museum.



Gambar 3.24. Logo *National Museum of Modern and Contemporary Art*  
(<http://www.logo-designer.co/wp-content/uploads/2013/11/National-Museum-Modern-Contemporary-Art-Korea-Logo-Design-Branding-Identity-Infinite-Seoul-13.jpg>)

Berikut adalah *graphic standard manual* dari *National Museum of Modern and Contemporary Art*.



Gambar 3.25. GSM *National Museum of Modern and Contemporary Art*  
(<http://www.logo-designer.co/wp-content/uploads/2013/11/National-Museum-Modern-Contemporary-Art-Korea-Logo-Design-Branding-Identity-Infinite-Seoul.jpg>)

Poster dari museum ini menggunakan perpaduan *gestalt* dari logo museum ini serta fotografi di dalamnya.



Gambar 3.26. Iklan *National Museum of Modern and Contemporary Art* (<https://www.logo-designer.co/wp-content/uploads/2013/11/National-Museum-Modern-Contemporary-Art-Korea-Logo-Design-Branding-Identity-Infinite-Seoul-11.jpg>)

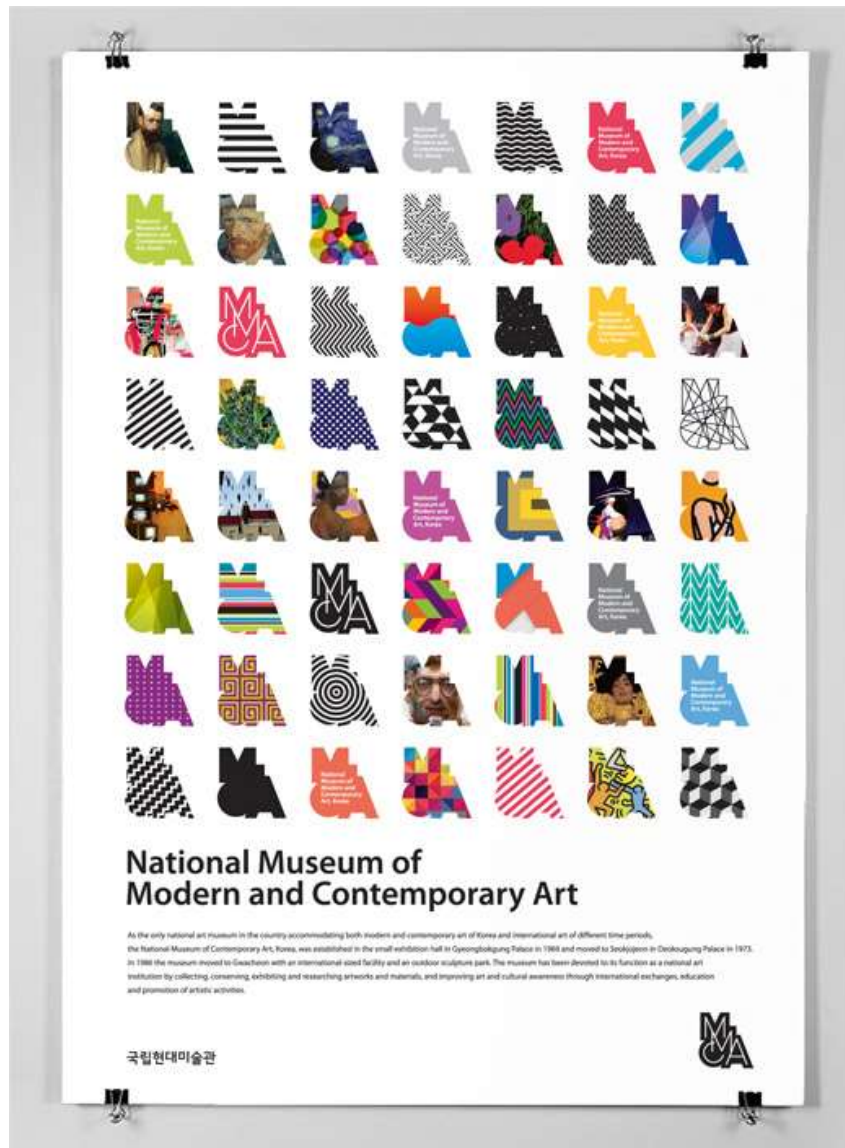
*Papercup* yang menggunakan supergrafis dari *National Museum of Modern and Contemporary Art*.



Gambar 3.27. *Paper Cup National Museum of Modern and Contemporary Art* (<https://www.logo-designer.co/wp-content/uploads/2013/11/National-Museum-Modern-Contemporary-Art-Korea-Logo-Design-Branding-Identity-Infinite-Seoul-9.jpg>)



Penggunaan *gestalt* dari logo ke berbagai macam desain sehingga menghasilkan visual yang unik.



Gambar 3.28. Logo Adaptif dari *National Museum of Modern and Contemporary Art* (<https://www.logo-designer.co/wp-content/uploads/2013/11/National-Museum-Modern-Contemporary-Art-Korea-Logo-Design-Branding-Identity-Infinite-Seoul-12.jpg>)



### 3. *Racine Art Museum*

Racine Art Museum adalah museum seni yang terletak di Wisconsin, USA yang dibuka pada tahun 1941. Brand image yang dimiliki oleh museum ini yaitu minimalis dengan dua warna saja yaitu oranye dan warna *background* putih.






Gambar 3.29. Logo dari *Racine Art Museum*  
(<http://portfolios.aiga.org/gallery/67271337/Racine-Art-Museum>)

*Graphic standard manual* dari *Racine Art Museum* yang memiliki visual yang minimalis dan bersih.



Gambar 3.30. GSM dari *Racine Art Museum*  
(<http://portfolios.aiga.org/gallery/67271337/Racine-Art-Museum>)

Table 3.1. Perbandingan Studi Eksistensi

<i>The Postal Museum</i>	<i>South Korea's National MMCA</i>	<i>Racine Art Museum</i>
<p><i>Image</i> modern minimalis; palet warna cerah serta pemakaian <i>gestalt</i> untuk logonya dan pemakaian <i>font</i> yang ringan untuk dibaca</p>	<p>Minimalis dengan pemakaian <i>gestalt</i> serta warna yang cerah dan juga logo yang adaptif dan dapat diubah sesuai dengan tema pameran museum</p>	<p>Minimalis dengan dua warna saja yaitu oranye dan warna <i>background</i> putih</p>
		

### 3.2. Metodologi Perancangan

Untuk perancangan tugas akhir ini, penulis memakai metode *branding* Alina Wheeler (2018) dari buku *Designing Brand Identity Fifth Edition*. Wheeler membagi proses *branding* menjadi 5 tahap:

#### 3.2.1. *Conducting Research*

Tahapan awal dari perancangan *branding* adalah untuk melakukan riset data dan memahami permasalahan dari merek yang akan dikerjakan. Penulis

mengumpulkan informasi berupa wawancara dengan empat narasumber yaitu Elisabet selaku pengawas Museum Prangko Indonesia, Bapak Susilo Richard selaku filatelis senior dan salah satu penggagas Museum Prangko Indonesia, Bapak Gita Noviandi selaku filatelis senior dan sekretaris Perkumpulan Filatelis Indonesia, dan Bapak Sahlan selaku Manager Pelayanan dan Penjualan dari Kantor Filateli Indonesia, studi eksisting dari *The Postal Museum*, dan observasi langsung di Museum Prangko Indonesia.

### **3.2.2. Clarifying Strategy**

Tahap kedua adalah menentukan bagaimana *branding* akan dikerjakan nantinya. Semua data yang sudah dikumpulkan dari tahap pertama akan diperjelas dan dikembangkan. Atribut dari merek, pesan-pesan utama serta brief kreatif akan dibuat di tahap ini.

### **3.2.3. Designing Identity**

Tahap ketiga adalah *brainstorming* ide dan konsep menjadi ide besar visualisasi yang akan dikerjakan. Penulis akan mengeksplorasi elemen-elemen visual yang akan dipakai, seperti warna, tipografi, jenis *layout*, dan lain-lainnya

### **3.2.4. Creating Touchpoints**

Tahap keempat adalah memfinalisasikan semua identitas desain. Tampilan dan nuansa dari identitas juga akan dibuat dan dikembangkan serta diaplikasikan ke dalam media-media yang akan dipakai nantinya.

### **3.2.5. *Managing Assets***

Tahap kelima adalah mengkompilasikan hasil kerja yang sudah dibuat kedalam *Graphic Standard Manual* yang berguna sebagai pemandu *brand image* Museum Prangko Indonesia nantinya.