



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Museum Tekstil Jakarta (MTJ) merupakan museum tekstil tradisional Indonesia yang terletak di Kecamatan Palmerah, Jakarta Barat. Diresmikakan pada tahun 1976 oleh Ibu Tien Soeharto, latar belakang berdirinya yakni untuk menanggapi keresahan karena tekstil tradisional mulai tergeser oleh tekstil-tekstil modern pada masa itu. MTJ memiliki berbagai jenis koleksi kain tradisional dari seluruh Indonesia dan berbagai peralatan yang digunakan untuk membuat kain tradisional tersebut. Tidak hanya itu, museum ini juga memiliki fasilitas seperti pendopo batik, taman pewarnaan alam, dan perpustakaan. Berdasarkan wawancara dengan Satuan Pelayanan Museum Tekstil, Ardi Hariyadi mengatakan bahwa museum ini adalah satu-satunya museum khusus tekstil tradisional terbesar di Indonesia.

Di samping itu, ternyata masyarakat memiliki persepsi yang salah terhadap Museum Tekstil Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan penulis terhadap 105 orang responden, persepsi terhadap Museum Tekstil Jakarta cenderung sempit, bahkan terjadi mispersepsi terhadap identitas museum tersebut. Selain itu, 76,2% dari total keseluruhan responden menyatakan identitas Museum Tekstil Jakarta saat ini belum representatif. Menurut Solomon (2018), semua jenis respon langsung yang diperoleh oleh indera manusia mendorong terbentuknya persepsi yang mempengaruhi pertimbangan-pertimbangan yang akan diambil untuk melakukan sesuatu termasuk mengambil keputusan.

Persepsi sempit serta mispersepsi terhadap Museum Tekstil Jakarta, menyebabkan *value* dan potensi museum sebenarnya tidak dapat menjangkau masyarakat. Hal ini didukung pernyataan Wheeler (2018), jika suatu brand memperoleh persepsi yang diinginkan hal tersebut membantu memajukan brand. Sehubungan dengan itu, penting untuk mengarahkan persepsi dan mengkomunikasikan *value* dan potensi tersebut kepada masyarakat. Tidak hanya memamerkan beragam koleksi kain tradisional Indonesia, MTJ juga menyediakan wadah kontribusi dan partisipasi bagi masyarakat terutama komunitas-komunitas terkait tekstil. Selain itu, MTJ juga menyediakan pelatihan untuk memperkenalkan dan mengembangkan keterampilan masyarakat dalam menerapkan teknik pembuatan tekstil tradisional.

Persepsi masyarakat dapat dibentuk dan diarahkan dengan *branding* melalui *brand identity*. Menurut Wheeler (2018), *brand identity* membuat sebuah brand dapat dikenali, mempertegas diferensiasi, serta menunjukkan nilai dan kualitas brand, sehingga mendukung diperolehnya persepsi yang diinginkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang *brand identity* Museum Tekstil Jakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka rumusan masalah dari perancangan ini adalah:

Bagaimana merancang ulang *brand identity* untuk Museum Tekstil Jakarta?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan menghindari pembahasan topik yang terlalu luas, berikut adalah batasan masalah yang telah ditentukan penulis.

1. Demografis

- a. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : 21-28 tahun, merupakan masyarakat umum yang belum berhasil dijangkau oleh Museum Tekstil Jakarta dan termasuk kelompok *junior millennial* berdasarkan Indonesian Central Bureau of Statistics (Indonesia Millennial Report, 2020). Target ini diluar dari pelajar dengan rentang usia 7-18 tahun dan masyarakat yang tergabung dalam komunitas-komunitas terkait tekstil dengan rentang usia 30-50 tahun.
- c. Pendidikan : Minimal SMA

2. Geografis : Indonesia

3. Psikografis :

Tertarik terhadap pengetahuan yang berkaitan dengan budaya, menyukai rekreasi dan wisata edukasi budaya, ingin mengetahui dan mengenal tekstil tradisional Indonesia, pecinta tekstil.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang ulang *brand identity* untuk Museum Tekstil Jakarta.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari perancangan tugas akhir ini, yaitu:

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian tugas akhir ini merupakan sarana penerapan teori-teori desain terutama *branding* yang telah dipelajari pada masa perkuliahan. Selain itu, mempelajari proses penelitian dan perancangan identitas visual suatu tempat dengan kasus atau permasalahan nyata.

2. Manfaat bagi Museum Tekstil Jakarta

Dengan adanya *brand identity* yang baru diharapkan persepsi masyarakat terhadap Museum Tekstil Jakarta sesuai dengan persepsi yang diinginkan pihak museum. Selain itu, dapat mengkomunikasikan nilai-nilai dan potensi dari Museum Tekstil Jakarta kepada masyarakat.

3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara

Menambah referensi tentang perancangan *brand identity* sehingga dapat menjadi sumber pembelajaran bagi mahasiswa yang lain.