



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 adalah lembaga yang dipergunakan sebagai tempat mengumpulkan, merawat, menunjukkan benda-benda yang merupakan warisan budaya masyarakat kepada masyarakat sebagai edukasi, penelitian maupun sebagai hiburan. Benda-benda yang memiliki makna dan warisan dari leluhur diletakkan di museum seperti peninggalan sejarah, seni atau ilmu pengetahuan. Salah satu museum di Kalimantan Timur adalah Museum Mulawarman. Museum Mulawarman adalah salah satu objek wisata dan bersejarah di Kutai Kartanegara yang dibangun pada tahun 1933 oleh pemerintah Belanda pada masa pemerintahan Sultan Aji Mohammad Parikesit. Museum Mulawarman memajang benda-benda peninggalan kerajaan Kerajaan Kutai dan budaya yang ada di Kalimantan Timur. Sekarang Museum Mulawarman berada dibawah pengelolaan UPTD (Unit Pelaksana Teknis Daerah) Museum Negeri Provinsi Kalimantan Timur Mulawarman di lingkungan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur. (Buku Panduan Museum Mulawarman).

Tetapi hingga saat ini Museum Mulawarman belum memiliki identitas visual yang merepresentasikan Museum Mulawarman itu sendiri. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis pada 30 Mei 2021 dengan Pak Zulfari sebagai Kepala Konservasi dan Reparasi Museum Mulawarman, beliau menyatakan bahwa saat ini Museum Mulawarman menggunakan logo resmi Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur, museum belum memiliki identitas yang menggambarkan secara khusus dan spesifik merepresentasikan Museum Mulawarman sendiri.

Penerapan identitas museum belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten pada media yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan logo resmi pemerintah provinsi Kalimantan timur yang tidak digunakan dalam beberapa media. Penggunaan warna maupun *typface* pada *logotype* dalam media cetak tidak konsisten. Serta sebuah logo yang sama digunakan untuk mewakili dua buah lembaga berbeda yaitu Museum Mulawarman dan Dinas Pendidikan dan

Kebudayaan Kalimantan Timur, hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang salah dan berbeda di benak masyarakat.

Menurut Wheeler (2018) jika identitas sebuah *brand* tidak konsisten akan berdampak terhadap *brand* tersebut. Dimana *brand* akan mudah dilupakan oleh masyarakat atau *brand recall* yang rendah. Oleh karena itu diperlukan perancangan ulang identitas untuk membangun citra *brand* yang lebih konsisten di seluruh media yang digunakan. Serta meminimalisasi kekeliruan persepsi di benak masyarakat tentang *brand*, Wheeler (2018) menyatakan apabila sebuah *brand* ingin lebih mengkomunikasikan secara jelas tentang apa atau siapa *brand* dalam merevitalisasi sebuah *brand* maka dibutuhkan perancangan identitas visual.

Selain itu menurut Ambrose & Paine (2006) menyatakan bahwa museum membutuhkan *brand identity* yang kuat. Untuk membangun *brand identity* yang kuat dibutuhkan produk dan pelayanan yang dimiliki oleh museum yang dapat mencerminkan misi dari museum. Reputasi museum bergantung dengan kekuatan *brand identity* yang dimiliki oleh museum. Logo digunakan sebagai tanda pengenalan namun identitas museum berada pada karakter dan kepribadiannya. *Brand identity* berperan dalam mengembangkan *brand* museum terutama persepsi tentang museum di benak masyarakat. Oleh karena itu penulis terdorong untuk melakukan perancangan ulang *brand identity* Museum Mulawarman sehingga dapat memperbaharui citra dari museum sebagai tempat wisata yang edukatif dan menyenangkan serta museum dapat menyampaikan nilai-nilai yang dimiliki oleh benda bersejarah di museum kepada wisatawan terutama generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat dibuat dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis dapat membuat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang ulang *brand identity* yang merepresentasikan Museum Mulawarman Tenggara?

1.3 Batasan Masalah

Batasan topik atau pengertian yang akan dibahas atau dikemukakan dalam penulisan laporan perancangan. Hal ini membatasi pembahasan agar tidak melebar, menjadi fokus dan tertib dalam penjabarannya. Hal yang dikemukakan pada bagian

ini adalah mempersempit atau membatasi variabel-variabel yang menjadi objek perancangan, subjek atau khalayak sasaran atau lokasi yang berhubungan dengan perancangan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan dalam penelitian ini maka penulis membuat batasan masalah sebagai berikut.

1. Demografis:

- Jenis kelamin: Perempuan dan laki-laki
- Usia: 12-16 tahun (Remaja awal, menurut Depkes RI 2009)
- Pekerjaan: Siswa
- Pendidikan: SD, SMP
- Status ekonomi: SES B-C

Berdasarkan AC Nielson (dikutip dari Mulyadi, 2011) pengelompokan seseorang atau keluarga ditentukan melalui jumlah pengeluarannya untuk setiap bulannya. SES B untuk seseorang atau keluarga dengan jumlah berkisar 1.250.000 hingga 1.750.000 sedangkan SES C untuk pengeluaran berkisar 600.000 hingga 1.250.000 untuk per bulannya. Harga tiket yang ditawarkan terjangkau berkisar 5.000 hingga 15.000 untuk anak-anak maupun orang dewasa.

2. Geografis:

- Kota: Samarinda dan Tenggarong
- Provinsi: Kalimantan Timur

3. Psikografi:

- Menyukai sejarah dan budaya
- Menyukai tempat destinasi wisata bersejarah
- Tertarik mempelajari sejarah dan budaya
- Rasa ingin tahu yang tinggi

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Tugas Akhir ini adalah merancang atau mendesain identitas merek yang merepresentasikan citra dari museum itu sendiri sehingga dapat menjadi

pembeda diantara museum-museum lainnya dan meningkatkan jumlah wisatawan ke Museum Mulawarman terutama pelajar.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan *brand identity* Museum Mulawarman dapat memberikan manfaat untuk:

1. Bagi Penulis

Penulis mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai perancangan *brand identity* untuk sebuah brand dari proses penelitian hingga tahap kreatif serta mengimplementasikan ilmu pengetahuan tentang desain yang telah di pelajari selama masa perkuliahan.

2. Bagi Orang Lain

Bagi Museum Mulawarman, diharapkan perancangan identitas ini dapat memberikan informasi bahwa pentingnya *brand identity* bagi museum serta bagi masyarakat dapat menarik daya minat masyarakat untuk berkunjung ke museum bersejarah di Kalimantan Timur.

3. Bagi Universitas

Perancangan Tugas akhir dapat memperkaya wawasan serta rujukan atau referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia.

