



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

Sejarah merupakan suatu fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi di masa lampau, sejarah dapat dibuktikan kebenarannya dan disusun menjadi ilmu pengetahuan (ppkn.co.id, 2021). Salah satu museum sejarah Indonesia yang ada di Jakarta adalah Museum Joang 45. Dikutip dari buku petunjuk Museum Joang 45 yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata dan Budaya (2012), Museum Joang 45 adalah bangunan cagar budaya dan destinasi yang menarik untuk dikunjungi, karena selain berfungsi sebagai pusat pengembangan informasi, inovatif dan edukatif, juga merupakan pusat pelestarian dan pewarisan nilai-nilai semangat perjuangan.

Museum Joang 45 merupakan bangunan peninggalan masa penjajahan Belanda yang banyak mengukir sejarah Indonesia. Bangunan ini dibangun pada tahun 1939 untuk dijadikan hotel mewah pada masanya yaitu Hotel LC Schomper I. Namun hotel ini tidak bertahan lama, 5 tahun kemudian bangunan ini disita oleh penjajah Jepang dan dijadikan asrama dan tempat pendidikan nasionalisme para pemuda Indonesia. Hingga tahun 1972, Gedung Menteng 31 ini ditetapkan menjadi tempat bersejarah yang dibuka untuk umum sehingga masyarakat dapat berkunjung. (Unit Pengelola Museum Joang 45, 2012).

Menurut data yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Jakarta, Museum Joang adalah museum dengan kunjungan paling sedikit dibandingkan museum lain yang berlokasi di Jakarta. Museum Joang 45 hanya memiliki 18.624 pengunjung pada tahun 2019, sedangkan museum dengan pengunjung terbanyak adalah Museum Nasional yaitu sebanyak 3.039.367 pengunjung lalu disusul dengan Museum Sejarah Jakarta yaitu sebanyak 741.487 pengunjung. Di balik bangunan yang memiliki banyak cerita bersejarah, ternyata tidak banyak yang tertarik untuk berkunjung. Utuy Riyadi, seorang pemandu Museum Joang 45 dalam artikel Media

Indonesia (2016) mengatakan bahwa setiap hari pengunjung museum sangat sedikit, bahkan saat hari kemerdekaan pengunjung tidak ramai.

Museum Joang 45 tidak pernah memperbaharui identitasnya meskipun sudah lebih dari 40 tahun dibuka untuk umum, sehingga citra yang dimiliki adalah bangunan tua dan kuno. Museum Joang 45 tidak memiliki identitas dan komunikasi yang relevan terbukti dari kuisioner yang disebar oleh penulis pada September 2021, hanya tujuh dari seratus responden yang pernah mengunjungi Museum Joang 45. Bahkan masih banyak yang belum mengetahui eksistensi Museum Joang 45. Dari hasil wawancara dengan pengunjung, penulis menemukan bahwa narasumber lebih memilih museum yang lebih modern. Dalam data yang disebar oleh penulis (September, 2021), penulis menemukan beberapa persepsi yang salah mengenai Museum Joang 45, yaitu 5 orang mengatakan bahwa bangunan ini adalah museum mobil antik. Memang salah satu koleksi paling ikonik dari Museum Joang 45 adalah mobil dinas IR Soekarno. Namun berbeda dengan visi dan misi Museum Joang 45 yang ingin citranya sebagai pusat cagar budaya dalam menginformasikan Jakarta sebagai pusat pelestarian budaya dalam edukasi, rekreasi dan kreasi (Unit Pengelola Museum Joang 45, 2012).

Menurut Coates (2021), museum dapat dikenal oleh masyarakat karena nilai sejarah dan reputasi yang dimiliki museum tersebut. Menurut Aline Wheeler (2018) identitas *brand* adalah ekspresi yang ditampilkan secara visual maupun verbal oleh sebuah *brand*. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan perancangan ulang Museum Joang 45 agar identitas visual dan komunikasinya dapat membuat persepsi yang baru dalam perkembangan jaman.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam perancangan karya sebagai berikut:
Bagaimana merancang identitas visual Museum Joang 45, Menteng?

1.3 Batasan Masalah

Batasan Masalah dalam perancangan karya dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1) Target Primer

a. Geografis

Provinsi : Jabodetabek

b. Demografis

Usia : 12 -17 tahun

Gender : laki-laki dan perempuan

Kebangsaan : Warga Negara Indonesia

Bahasa : bahasa Indonesia

Pendidikan: SMP dan SMA

c. Psikografis

Aktivitas : belajar, berwisata, mengenang sejarah

Ketertarikan : museum, sejarah Indonesia, perjuangan rakyat Indonesia

Kepribadian : berpikiran luas, eksploratif, dan rajin

Sikap : memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

Menghargai sejarah dan peduli akan perjuangan pahlawan

2) Target Sekunder

Masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek berusia 18-24 tahun, yaitu usia aktif pelajar dan memiliki ketertarikan pada sejarah Indonesia. Masyarakat yang belajar sejarah untuk kepentingan edukasi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditemukan, tujuan perancangan yang dapat disimpulkan dalam merancang ulang *branding* Museum Joang 45, Menteng, Jakarta.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diharapkan dalam perancangan tugas akhir ini adalah :

1) Bagi Penulis

Penulis dapat menjadikan tugas akhir sebagai sarana untuk menerapkan atau mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama menempuh studi di Universitas Multimedia Nusantara.

2) Bagi Orang lain

Perancangan museum ini dapat menjadi referensi untuk masyarakat, bahwa suatu museum dapat terus berkembang mengikuti perkembangan jaman. Terutama untuk Museum Joang 45 agar mampu bersaing dengan museum sejarah lain dan mendatangkan lebih banyak pengunjung.

3) Bagi Universitas:

Perancangan *rebranding* ini juga bermanfaat untuk menambah koleksi perpustakaan untuk dijadikan referensi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual di lain hari terkait dengan topik perancangan ulang suatu *brand*.

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