



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

Menurut Landa (2018) dalam buku *Gaphic Design Solution*, design grafis adalah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada konsumen. Grafik design dapat mengajak, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, mengorganisir, menarik perhatian. Solusi pada suatu design yang menjadi efektif untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Seseorang mungkin tertarik untuk membeli produk dengan kemasan yang menarik atau iklan yang persuasive (hlm.1)

2.1.1 Kategori Design

Design komunikasi visual menyelesaikan berbagai masalah dengan prinsip design. Oleh karena itu design grafis dikategorikan sebagai berikut (hlm.2) :

a. *Branding and Identity Design*

Design yang sistematis untuk membangun identitas suatu individual atau perusahaan yang konsisten. Branding dan identitas design mencakup logo, kartu nama, kop surat, papan nama. *enviromental design*, *website*, aplikasi, dan berbagai media lainnya.

b. *Corporate Communication Design*

Desain komunikasi yang dibuat untuk menyampaikan komunikasi atau informasi kepada karyawan internak dalam perusahaan dan secara eksternal ke public atau pemegang saham. Format komunikais desain berupa laporan tahunan, brosur, perlengkapan penjualan, jaminan pemasaran, publikasi perusahaan, *website*, dan materi penawaran produk

c. Editorial Design

Editorial desain disebut juga sebagai desain publikasi. Perancangan ini membuat desain dapat ditafsirkan untuk meningkatkan komunikasi, pengalaman membaca, menciptakan minat visual, dan menetapkan karakter. Contoh dari editorial desain adalah: buku, majalah, bulletin, buklet, vlog, blog, molog.

d. Enviromental Design

Grafik design jenis ini dapat berupa promosi, informasi atau identity tas design dalam suatu lingkungan dan berupa interior maupun eksterior komersial, Edukasi, kultural.

e. Illustration

Ilustrasi adalah karya tangan yang unik berupa karya digital maupun manual. Illustrator professional bekerja di berbagai macam media dan biasanya memiliki karakteristik yang unik pada setiap individua atau karya.

f. Information Design

Design informasi adalah suatu design yang memiliki informasi kompleks dan dapat di akses oleh Audience beberapa kali. Biasanya desa informasi dapat ditemukan di eksibisi, website, pictogram, peta transportasi umum, buku instruksi atau manual book.

g. Interactive Design

Interaktif design adalah design berbasis layanan media, termasuk *web*, *mobile*, tablet, layer digital publik, DVD.

h. Motion Graphic

Motion grafik adalah design yang berbasis layer bergerak. Biasanya dapat ditemukan di judul film, televisi, film, dan opening video, dan eding video, video email, *games*, *promotional* desain.

i. Package Design

Fungsi dari *design* kemasan adalah untuk mempromosikan Blaine, memberikan informasi, dan memberikan *brand experience* untuk para konsumen.

j. Promotional Design and Advertising

Dalam promosi design, design bertujuan untuk memberikan informasi, mempersuasi, memprovokasi, dan memotivasi orang yang membaca media promosi. Promosional design juga dapat ditemukan di sampul buku atau poster.

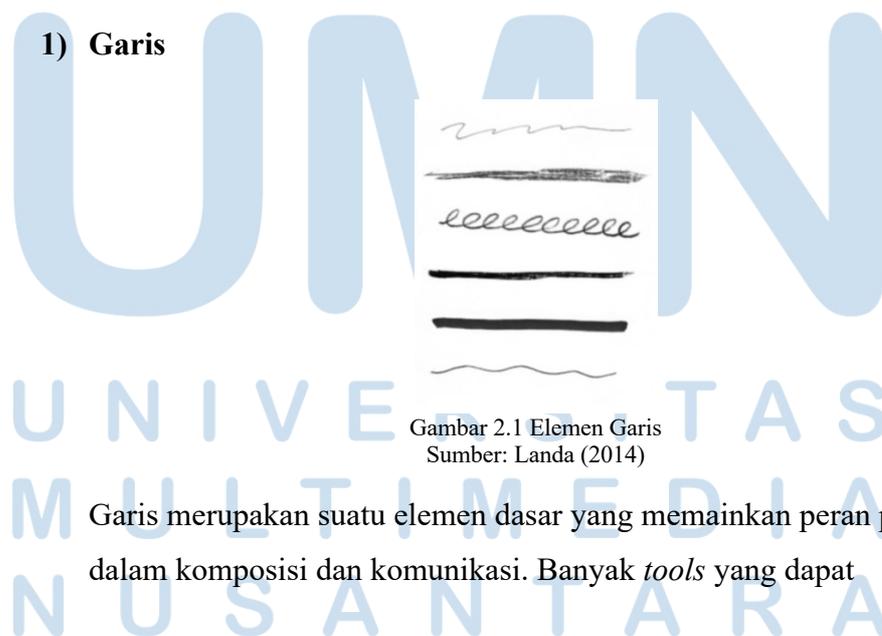
k. Typographic Design

Bidang ini fokus kepada pembuatan *letterform*, *typeface*, dan *type treatment*. Lettering adalah Teknik membuat tipografi menggunakan tangan. Tipografi desain mendesain *typeface* khusus tertentu (hlm. 9)

2.1.2 Elemen Desain

Teori yang dikemukakan oleh Landa (2014) dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution*” terdapat 4 elemen desain, yaitu garis, bentuk, warna, dan tekstur (hlm.19-28).

1) Garis

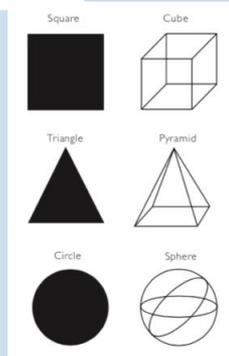


Gambar 2.1 Elemen Garis
Sumber: Landa (2014)

Garis merupakan suatu elemen dasar yang memainkan peran penting dalam komposisi dan komunikasi. Banyak *tools* yang dapat

menciptakan garis seperti pensil, kuas , *software tools*, stilus dan obyek lainnya yang dapat menciptakan tanda.

2) Bentuk



Gambar 2.2 Elemen Bentuk
Sumber: Landa (2014)

Bentuk dapat di definisikan sebagai jalur tertutup yang dibuat sebagian atau seluruh dari garis dan warna. Bentuk terdiri dari beberapa jenis. Ada geometrik, kurva linier, rekti linier, bentuk *irregular*, bentuk yang tidak objektif, abstrak, bentuk yang merepresentasikan suatu objek.

3) Warna

Warna merupakan elemen penting dalam suatu desain. Karena warna dapat mendeskripsikan suatu energi cahaya. Kita dapat melihat warna jika ada cahaya yang memantul warna.

Terdapat tiga warna primer yaitu biru kuning dan merah, tiga warna tersebut menjadi warna dasar yang dapat menghasilkan berbagai warna lainnya. Dalam layer digital warna dikenal sebagai RGB atau red, green, blue atau disebut juga *addictive primeries*.

Poulin (2011) mengategorikan warna menjadi 8:

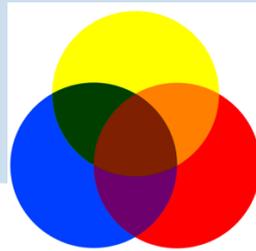
a. *Primary Color*



Gambar 2.3 Warna Primer

Warna merah, kuning, dan biru merupakan warna dasar yang tidak dapat diciptakan dari warna lain, sehingga disebut dengan warna murni. Dengan warna primer inilah diciptakannya warna sekunder dan lainnya (hlm. 68)

b. *Secondary Colors*



Gambar 2.4 Warna Sekunder
Sumber: Jaspergelli (2019)

Pencampuran antara 2 warna primer akan menciptakan warna baru yang disebut dengan warna sekunder. Contohnya warna biru dan kuning juga dicampurkan akan menciptakan warna hijau, jika kuning digabungkan dengan warna merah maka akan menciptakan warna oranye, dan biru dengan merah akan menjadi warna ungu.

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

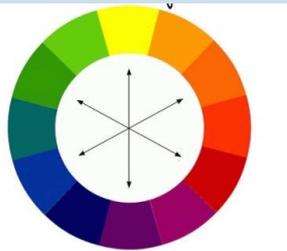
c. *Tersier Color*



Gambar 2.5 Tersier Color
Sumber: Hicoates (2019)

Warna tersier merupakan hasil ketiga dari penggabungan warna primer dan sekunder sehingga menghasilkan warna baru.

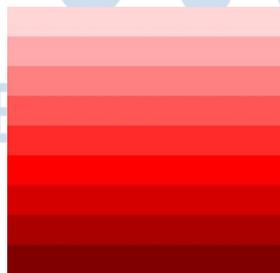
d. *Complementary Colors*



Gambar 2.6 Complementary Colors
Sumber: Kerry (2019)

Warna yang saling bersebrangan dalam roda warna saat dikombinasikan akan saling menetralsisir satu sama lain. Contohnya warna komplementer oranye dengan biru (hlm. 69).

e. *Monochromatic Color*



Gambar 2.7 Warna Monokromatik
Sumber: Pluke (2012)

Cara menciptakan warna monokromik adalah dengan menambahkan warna hitam atau putih pada warna sehingga terdapat nilai yang bervariasi dari gelap dan terang.

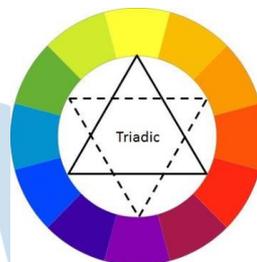
f. *Analogous Colors*



Gambar 2.8 Warna Analogous
Sumber: Lazuardi (2018)

Warna analogous adalah warna yang bersebelahan dalam roda warna. Biasanya warna analogous hanya memiliki perbedaan yang minimal. (hlm . 69)

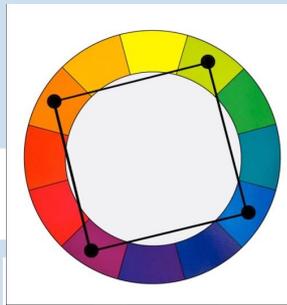
g. *Triadic Colors*



Gambar 2.9 Warna Triadic
Sumber: Jiathong (2015)

Warna triadic merupakan sekelompok warna yang diambil dari roda warna yang ditarik melalui segitiga sama sisi. Warna triadic ini memiliki warna yang dianggap dinamis, cerah dan kuat (hlm .69).

h. Quadratic Colors



Gambar 2.10 Warna Quadratic
Sumber: Briot (2012)

Quadratic color adalah warna yang diambil dari 4 warna yang bersebrangan di *color wheel* (hlm. 69).

4) Tekstur



Gambar 2.11 Contoh Tekstur
Sumber: Landa (2014)

Dalam design visual Tekstur terdapat dua jenis yaitu visual dan taktil. Dan taktil kita dapat merasakan tekstur dalam sebuah obyek visual. Contoh nyata Taktis yang dapat kita temukan dalam kehidupan sehari-hari adalah *embossing*, *debossing*, *stamping*, *engraving*, dan *letterpress*. Sedangkan Tekstur secara visual aja dapat dilihat oleh mata namun tidak dapat dirasakan dengan sentuhan.

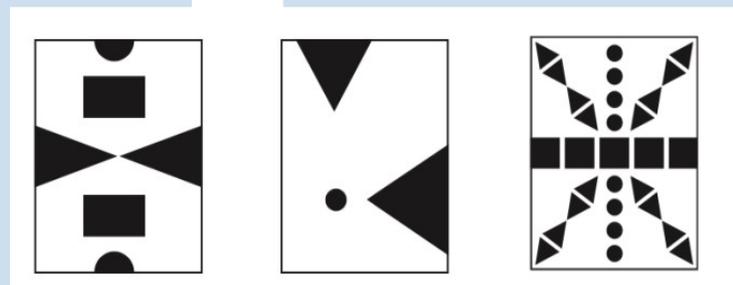
2.1.3 Prinsip Desain

Landa (2013) dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution*” menyatakan bahwa desain memiliki prinsip-prinsip sebagai berikut:

1) *Format*

Format dalam desain grafis merupakan bidang yang terdapat batas perimeter. Format setiap media memiliki ukuran, bentuk, dan medium yang berbeda. seperti *flyer*, iklan digital, poster (hlm.29)

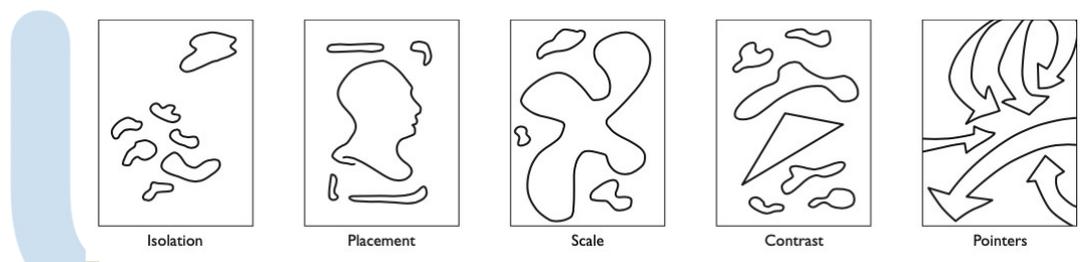
2) *Balance*



Gambar 2.12 *Balance*
Sumber: Landa (2014)

Keseimbangan merupakan salah satu prinsip yang harus kita kerjakan dengan intuisi karena kita menganalisis pergerakan kita sendiri. Keseimbangan adalah visual yang memiliki bobot yang stabil disetiap sisi desain (hlm.30).

3) *Visual Hierarchy*



Gambar 2.13 Hierarki Visual
Sumber: Landa (2014)

Hirarki visual berfungsi untuk menjadi pemandu bagi audiens untuk membaca alur informasi yang ingin disampaikan oleh designer. Susunan dari semua elemen desain berdasarkan emphasis atau berdasarkan kepentingan, visual yang dominan, danlainnya. Dengan

hirarki visual yang jelas konsumen dapat mengetahui mana informasi yang harus dibaca pertama, kedua, dan seterusnya (hlm. 33).

Cara untuk melakukan penekanan atau *emphasis* menurut Landa (2013) ada 6, yaitu:

- a. *Emphasis by Isolation* / isolasi: penekanan dilakukan dengan cara meletakkan suatu objek secara terpisah dengan elemen lain
- b. *Emphasis by Placement* / penempatan: penekanan dilakukan dengan cara meletakkan suatu objek tertentu secara spesifik, sehingga memikat mata membaca. Contoh tempat spesifik menurut Landa adalah tengah depan, bagian kiri atas.
- c. *Emphasis Through Contrast*/ kontras: penekanan melalui kontras suatu object, biasa object yang terang dan cerah akan lebih memikat mata daripada yang gelap.
- d. *Emphasis by Scale*/ skala: penekanan dilakukan dengan meletakkan objek utama dengan ukuran yang lebih besar dengan elemen lain. Objek yang memiliki ukuran paling besar akan menjadi dominan dan dilihat terlebih dahulu.
- e. *Emphasus Through Diagrammatic Structures*/ struktur: pandangan audiens diarahkan menuju sebuah diagram yang terstruktur, sehingga pembaca otomatis membaca sesuai dengan struktur. Contohnya diagram pohon.
- f. *Emphasis Through Directional and Pointers* /Petunjuk: penekanan dibuat dengan menambahkan elemen petunjuk seperti tanda panah yang diarahkan ke objek untuk mengarahkan alur pembaca.

4) *Rhythm*

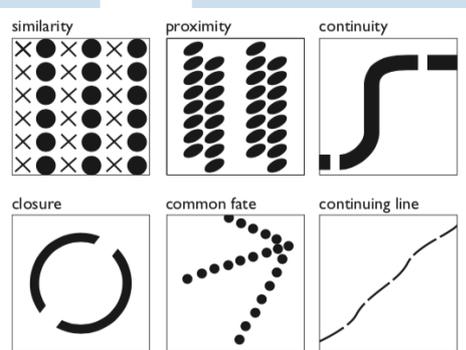
Ritme dalam desain grafis sama seperti ketukan nada di musik, sebuah konsistensi yang kuat dan berulang akan membentuk pola ritme yang akan mempengaruhi arah membaca audiens. Kita dapat

mengatur kecepatan membaca naik dipercepat maupun diperlambat dengan pola atau irama yang tepat. (hlm. 35).

5) *Unity*

Sebuah desain dapat dikatakan *unity* atau memiliki kesatuan bila seluruh elemen dalam desain menjadi satu kesatuan (hlm. 36).

6) *Law of Perceptual Organization*



Gambar 2.14 *Law of Perceptual Organization*
Sumber: Landa (2014)

Prinsip desain *law of perceptual organization* adalah memainkan pikiran atau *mindset* agar sebuah kelompok desain terlihat menjadi satu. Berikut pengkategorian *law of perceptual organization* menurut hukum Gestalt (hlm. 36):

- a. *Continuing line*: ketika elemen desain ada dalam satu garis. Saat sebuah garis terpisah Audiens akan lebih focus terhadap satu kesatuan yang di situ daripada garis yang terpisah.
- b. *Closure*: menghubungkan setiap elemen menjadi satu kesatuan bentuk, *unit*, atau *pattern*.
- c. *Common fate*: setiap elemen merupakan satu kesatuan dengan elemen lainnya seperti bergerak ke arah yang sama.
- d. *Continuity*: satu elemen dengan elemen lainnya terhubung dan membentuk suatu kesan pergerakan.

- e. *Proximity*: merupakan elemen yang berdekatan satu sama lain.
- f. *Similarity*: merupakan elemen yang memiliki karakteristik yang sama. elemen dapat sama di bidang bentuk, Tekstur, warna, atau arah.

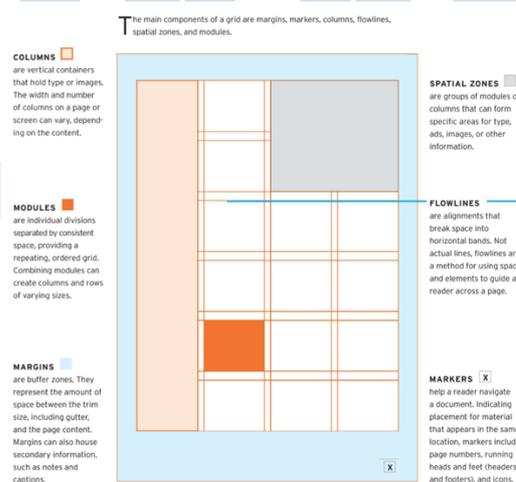
2.1.4 Layout

Dalam bukunya Harris & Ambrose (2011) mendefinisikan layout sebagai susunan teks, gambar, dan elemen desain yang mewakili sebuah desain. Tata letak digunakan untuk mengontrol dan mengumpulkan informasi, tapi dapat digunakan untuk meningkatkan kreativitas (hlm. 11).

a. Grid

Agar dapat membuat dan mengatur posisi elemen secara efektif, diperlukan *grid*. *Grid* merupakan sarana untuk menentukan posisi dan susunan elemen dalam suatu design untuk mempermudah proses design. Harris & Ambrose mengatakan bahwa elemen design yang masih ada dalam proses design layout adalah kolom dan *gutters*, gambar, alignment, tanda hubung, hirarki, arrangement, entry point dan pace (hlm. 65).

Dalam buku *Layout Essential* (2009), Tondreau menjelaskan elemen pada grid seperti berikut:



Gambar 2.15 *Element Grid*

Sumber: Tondreau (2009)

1. *Colomns*

Kolom merupakan area vertikal yang menjadi wadah bagi teks dan gambar. Lebar dan jumlah kolom berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan

2. *Modules*

Modul merupakan satuan divisi yang dipisahkan dengan ukuran yang sama. Gabungan dari modul akan membentuk kolom dan baris dengan ukuran yang sama.

3. *Margins*

Margin merupakan area penyangga. Margin juga mewakili *gutter*, ruang antara tepi halaman dan isi teks. Fungsi lain margin adalah sebagai tempat untuk meletakkan catatan dan keterangan,

4. *Spacial Zone*

Gabungan antara beberapa modul atau kolom adalah zona spasial, zona yang membentuk area spesifik untuk konten.

5. *Flowline*

Flowline merupakan garis tidak nyata yang berfungsi sebagai pemandu bagi pembaca untuk melintasi halaman

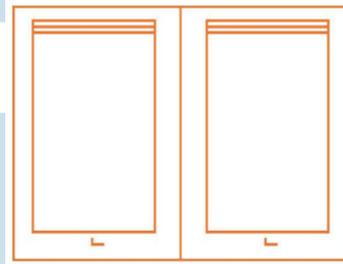
6. *Markers*

Marker merupakan tanda untuk membantu pembaca mengetahui letak pembaca. Marker mencakup *header dan footer*, nomor halaman, dan ikon.

Tondreau juga membagi anatomi grid dikategorikan menjadi 4 kategori, berikut jenis-jenis grid (hlm. 11):

1. *Single Column Grid*

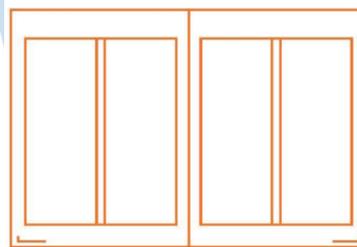
Jenis grid ini memiliki fitur utama yaitu tulisan blok. Single Column Grid biasa digunakan untuk esai, buku, dan laporan



Gambar 2.16 *Single Colomn Grid*
Sumber: Tondreau (2009)

2. *Two Column Grid*

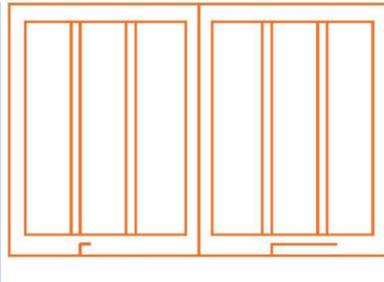
Grid ini membagi kolom menjadi dua, kalua bisa memiliki lebar sama besar maupun berbeda ukuran. Ukuran yang ideal untuk membagi lebar kolom adalah dengan proposdi 2:1. Jenis grid ini dapat menampung banyak tulisan atau menampilkan informasi berbeda di kolor berbeda.



Gambar 2.17 *Two Colomn Grid*
Sumber: Tondreau (2009)

3. *Multi-Column grid*

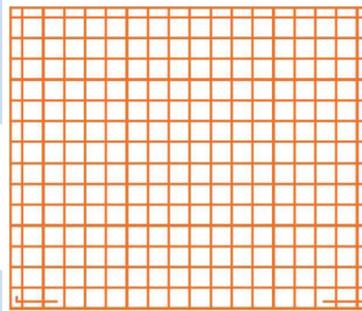
Grid ini biasa digunakan di majalah atau web. Multi column grid sangat fleksibel karena dapat membagi text menjadi beberapa bagian dan ukuran yang bervariasi.



Gambar 2.18 *Multi Colomn Grid*
Sumber: Tondreau (2009)

4. *Modular grid*

Modular grid dapat digunakan untuk informasi yang kompleks karena grid ini membagi halaman menjadi beberapa bagian yang dibagi secara vertikal dan horizontal. Biasanya dapat ditemukan di koran, kalender, tabel dan grafik.



Gambar 19 *Modular Grid*
Sumber: Tondreau (2009)

2.1.5 Tipografi

Saat ini kita dapat menemukan berbagai jenis *typeface* dengan berbagai macam *style*. Menurut Landa (2014, hlm. 47), jenis huruf diklasifikasikan sebagai berikut:

a) *Old Style (humanist)*

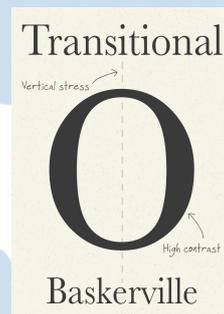
Jenis *typeface* ini ditemukan pada abad ke-15. *Roman Typeface* biasa ditemukan di surat tangan. Contoh: *Baramond, Caslon, Times New Roman, Hoefler Text*.



Gambar 2.20 *Typeface Oldstyle*
Sumber: <http://blog.spoongraphics.co.uk>

b) Transitional

Tipografi *serif* ditemukan dan populer pada abad ke-18. Merepresentasikan transisi dari *old style* ke *modern*. Contoh dari *typeface* transitional adalah *Baskerville*, *Cerntury*, dan *ITC Zapf Internasional*.

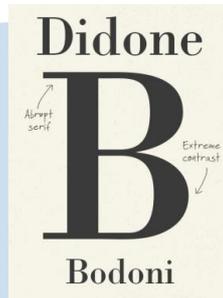


Gambar 2.21 *Typeface Transitional*
Sumber: <http://blog.spoongraphics.co.uk>

c) Modern

Merupakan *typeface* yang dikembangkan pada abad ke-18 dan abad ke-19. Modern memiliki bentuk yang geometris.

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



Gambar 2.22 *Typeface Modern*
Sumber: <http://blog.spoongraphics.co.uk>

d) **Sans Serif**

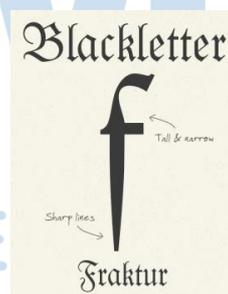
Sans serif memiliki karakteristik *typeface* yang tidak memiliki ekor.



Gambar 2.23 *Typeface Sans Serif*
Sumber: <http://blog.spoongraphics.co.uk>

e) **Blackletter**

Blackletter memiliki karakter yang kuat, yaitu huruf yang memiliki lekukan yang sedikit dan garis yang kuat dan dramatis. Ditemukan pada abad ke-13 sampai abad ke-15.



Gambar 2.24 *Typeface Blackletter*
Sumber: <http://blog.spoongraphics.co.uk>

f) Slab Serif

Memiliki karakteristik yang kuat, tebal. Berkembang pada abad ke - 19. Contoh : *Rockwell, American Typewriter, dan Claredon.*



Gambar 2.25 *Typeface Slab*
Sumber: <http://blog.spoongraphics.co.uk>

g) Script

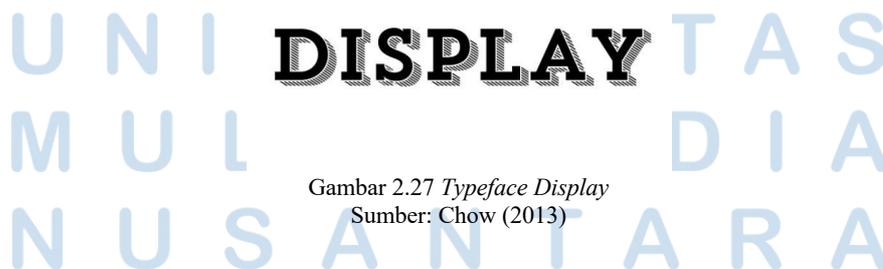
Tulisan yang memiliki katakteristik miring dan huruf sambung. Bentuk tulisannya menyerupai tulisan tangan manusia.



Gambar 2.26 *Typeface Script*
Sumber: <http://fontstand.com>

h) Display

Biasa digunakan untuk menulis judul dan headline berukuran besar karena lebih sulit dibaca untuk dijadikan isi teks.



Gambar 2.27 *Typeface Display*
Sumber: Chow (2013)

2.1.6 Ilustrasi

Ilustrasi adalah salah satu cara berkomunikasi. Ilustrasi merupakan gambar dari suatu obyek, situasi, Imajinasi yang tidak bisa didapatkan melalui teknik fotografi. Saat ini ilustrasi kebanyakan digunakan untuk buku anak-anak, komik, atau informasi yang mengandung instruksi (Male,2009). Menurut Male (2009) , Ilustrasi juga memiliki beberapa fungsi seperti berikut:

a) *Documentation, reference, and instruction*

Media pesan yang bersifat instruktif banyak menggunakan Teknik ilustrasi. Ilustrasi dapat menjelaskan konstruksi fisik dengan lebih jelas. Misalnya struktur bangunan, instruksi pemakaian produk, dan tata cara melakukan sesuatu. Di dalam menjelaskan suatu kejadian dalam sejarah atau budaya ilustrasi dapat berguna untuk memperkuat visual dan detail yang jelas terhadap suatu kejadian dan foto.

b) *Storytelling*

Ilustrasi dapat menceritakan suatu visual agar memperkuat Pemahaman yang lebih dalam terhadap tema tema sejarah, mitologi, cerita rakyat dan novel fiksi.

c) *Cimmentary*

Ilustrasi editorial berfungsi untuk menguraikan informasi secara visual. Ilustrasi dapat memberikan opini dari isu isu yang sedang terjadi. Ilustrasi editorial biasa terdapat dalam majalah atau koran

d) *Persuasion*

Dalam kampanye sosial maupun politik, atau iklan suatu produk sering menggunakan ilustrasi untuk mempersuasi masyarakat.

Ilustrasi dapat berperan penting untuk mendorong masyarakat melakukan sesuatu.

e) *Identity*

Ilustrasi dapat berperan sebagai diferensiasi suatu produk dengan produk lain.

2.2 *Brand*

Dalam buku *Designing Brand Identity (2009)* yang ditulis oleh Alina Wheeler, untuk membangun kredibilitas *brand* dan kepercayaan konsumen. Konsumen menjadi lebih mudah untuk memutuskan pilihan produk (hlm.2).

2.2.1 *Branding*

Branding merupakan suatu proses yang digunakan untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap suatu produk. Dengan branding yang tepat, kita dapat memperluas loyalitas konsumen yang dimana sangat berguna untuk investasi masa depan. Kita harus memanfaatkan setiap kesempatan untuk meyakinkan konsumen untuk memilih *brand* kita daripada brand lain. Suatu perusahaan menguatkan branding pada produknya agar dapat memimpin pasar, bersaing, dan menjangkau pasar yang lebih luas lagi. (hlm.6)

2.2.2 *Brand Identity*

Menurut Moira Cullen dalam buku *Designing Brand Identity*, desain memegang peran dalam menciptakan dan membangun sebuah *brand*. *Brand Identity* dapat dirasakan oleh setiap indra. *audience* dapat melihat, menyentuh, merasakan, mendengar suatu *brand* (hlm.7)

a) *Wordmark*



Gambar 2.28 Contoh *Wordmark*
Sumber Wheeler (2009)

Logo yang menggunakan permainan tipografi atau tulisan nama perusahaan itu sendiri sebagai karakteristiknya (hlm. 56).

b) Letterform



Gambar 2.29 Contoh *Letterforms*
Sumber: Wheeler (2009)

Berbeda dengan *wordmark*, meskipun menggunakan huruf, namun *letterform* mark hanya menggunakan satu huruf yang untuk untuk mewakili *brand*. Logo ini sangat sederhana dan mudah diingat. Cocok untuk logo yang biasa menampilkan logo berukuran kecil (hlm.58).

c) Emblem



Gambar 2.30 Contoh *Emblem*
Sumber :Wheeler (2009)

Emblem merupakan jenis logo yang menggabungkan tulisan atau tipografi dan bentuk menjadi satu kesatuan. Emblem memiliki bentuk yang lebih kompleks dibanding jenis *brandmark* lainnya.

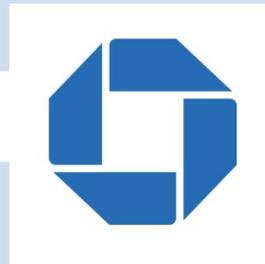
d) Pictorial mark



Gambar 2.31 Contoh *Pictorial Mark*
Sumber: Wheeler ,2009

Pictorial marks merupakan jenis logo yang menggunakan bentuk atau gambar literal yang sudah disederhanakan. Gambar biasanya diambil dari nama atau simbol dari perusahaan (hlm. 60).

e) ***Abstract Marks***



Gambar 2.32 Contoh *Abstract Mark*

Sumber: Wheeler (2009)

Logo abstrak menggunakan bentuk yang merepresentasikan big idea dari suatu brand.

Abstrak marks dapat menjadi strategi ambigu dan bekerja secara efektif dalam perusahaan besar.

2.2.3 Brand Positioning

Menurut Wheeler (2009), *Brand Positioning* mendorong perencanaan, pemasaran, dan penjualan. *Positioning* bertujuan untuk membentuk persepsi baru pada masyarakat. Perkembangan jaman membuat pasar terus berubah sehingga memungkinkan konsumen merasa jenuh. *Positioning* memanfaatkan perubahan dan perkembangan jaman untuk berinovasi menciptakan cara mendapat perhatian publik.

Ries dan Trout (1981) mengembangkan *positioning* dengan konsep *branding revolutioner*. *Positioning* adalah usaha perusahaan untuk membangun persepsi atau citra perusahaan, dimana perusahaan Menyusun strategi perencanaan dan mempererat hubungan dengan pelanggan. Menurut Ries dan Trout, suatu perusahaan harus menentukan posisinya di benak

pelanggan. Konsep ini pula yang menjadi dasar komunikasi, *branding*, dan periklanan.

Ada beberapa faktor dalam menentukan positioning suatu perusahaan, yaitu faktor internal yang dapat dikendalikan seperti visi, misi, dan nilai perusahaan, kepribadian, *voice*, *style*, produk yang akan dipasarkan, proses dan budaya. Faktor eksternal yang tidak bisa dikendalikan adalah konsumen, kompetitor, pasar, dan tren.

2.3 Museum

Museum dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti sebuah bangunan yang digunakan untuk memamerkan benda-benda yang patut diperlihatkan di public, contoh barang yang dapat dipamerkan di museum adalah peninggalan sejarah, seni, dan ilmu. Museum juga diartikan sebagai tempat penyimpanan barang kuno.

Menurut Direktorat Museum (2007), museum merupakan tempat untuk kepentingan ilmu pengetahuan dan penelitian. Museum menjadi tempat untuk menyimpan bukti dari budaya manusia, alam, dan lingkungan. Museum mengupayakan perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa (Pasal 1.(1).PP. No.19 tahun 1995). Museum menjadi sumber ilmu pengetahuan dan kebudayaan yang menjadi objek penelitian.

Fungsi dari Museum menurut *International Council of Museums* (ICOM) adalah: (1) sarana untuk pengumpulan dan pengamanan warisan alam dan budaya, (2) dokumentasi dan menjadi objek penelitian, (3) menjadi objek konservasi dan preservasi, (4) menyebarkan ilmu untuk masyarakat, (5) mengenalkan dan sarana penghayatan, (6) memperkenalkan budaya suatu daerah kepada masyarakat yang lebih luas, (8) Cermin pertumbuhan peradaban umat manusia, dan (9) Pembangkit rasa takwa dan bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Internasional Council of Museums (ICOM) menyatakan bahwa museum adalah institusi nirlaba yang terbuka secara publik melayani masyarakat. Museum berfungsi untuk melestarikan, mendapatkan, melakukan penelitian, dan menampilkan, untuk edukasi maupun rekreasi (Ambrose & Paine, 2006).

Pengkategorian museum berdasarkan koleksi menurut Ambrose dan Pine ada 10 kategori yaitu

- | | |
|------------------------|---------------------|
| a. Museum arkeolog | f. Museum sains |
| b. Museum sejarah alam | g. Museum etnografi |
| c. Museum sejarah | h. Museum geologi |
| d. Museum umum | i. Museum industri |
| e. Museum militer | |

Pengkategorian museum berdasarkan Lembaga yang menjalankan:

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| a. Museum pemerintah | c. Museum universitas |
| b. Museum kota | d. Museum kemerdekaan |

Pengkategorian museum menurut area museum

- a. Museum tantara
- b. Museum perusahaan komersial
- c. Museum pribadi

Museum berdasarkan target audiens dikategorikan sebagai berikut:

- | | |
|--------------------|-----------------|
| a. Museum nasional | c. Museum kota |
| b. Museum regional | d. Museum lokal |

Berdasarkan cara memamerkan koleksi pameran, museum dikategorikan sebagai berikut:

- a. Museum tradisional
- b. Museum rumah bersejarah