



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 V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Museum Kereta Api Ambarawa merupakan sebuah museum yang berada di Kabupaten Semarang, tepatnya di Ambarawa yang memiliki banyak sejarah mengenai perkeretaapian di Indonesia. Di museum ini juga banyak sekali peninggalan koleksi bersejarah mulai dari koleksi lokomotif, sarana hingga prasarana perkeretaapian di Indonesia terlengkap. Museum Kereta Api Ambarawa menjadi museum kereta api terbesar di Asia Tenggara. Selain itu, museum ini telah ditetapkan sebagai cagar budaya tingkat nasional. Salah satu keunggulannya ada lokomotif bergerigi yang masih aktif digunakan hingga saat ini.

Museum Kereta Api Ambarawa menjadi tempat sejarah dan wisata yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, tidak konsistennya penerapan identitas visual dan terlalu menonjolnya identitas pengelola, yaitu KA Wisata membuat awareness masyarakat terhadap identitas visual Museum Kereta Api Ambarawa sangat minim. Sehingga citra brand tidak menonjol. Potensi besar yang dimiliki dan citra brand harus dikembangkan dengan menonjolkannya dalam identitas visual. Dari hal tersebut, penulis kemudian melakukan perancangan identitas visual dan media aplikasinya agar Museum Kereta Api Ambarawa memiliki identitas visual yang dapat diidentifikasi dengan penerapan yang konsisten.

Metodologi perancangan yang digunakan adalah Alina Wheeler dalam bukunya *Designing Brand Identity*. Metodologi tersebut terdiri atas lima tahap yaitu *conduction research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*. Kemudian, melakukan pencarian data menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif yang dilakukan adalah membuat kuesioner. Dan untuk metode kualitatif yang dilakukan adalah wawancara, observasi langsung, dan studi eksisting.

Penulis merancang identitas visual dengan media utama dan media sekunder untuk memperkuat *brand* dari Museum Kereta Api Ambarawa. Media utama yang dibuat adalah *graphic standard manual* dan media sekunder berupa stationery, *merchandise*, dan *marketing collateral*. Diharapkan dengan adanya pembaharuan identitas visual ini, Museum Kereta Api Ambarawa bisa memperkuat identitas brand dan menaikkan awareness masyarakat terhadap Museum Kereta Api Ambarawa.

5.2 Saran

Dalam membuat sebuah perancangan hal yang paling penting adalah memahami brand dengan sangat baik. Untuk mendapatkan sebuah ide yang menarik dan tepat sasaran sangat tidak mudah. Kunci dari sebuah perancangan yang tepat adalah mendalami masalah yang ada dengan baik, dengan cara melakukan riset mendalam, mengidentifikasi masalah secara mendalam, dan pengambilan data pun harus berdasarkan sumber-sumber yang dapat dipercaya.

Kemudian, hal kedua adalah mencari referensi dan menggunakan referensi dari desainer logo yang sesuai dengan logo yang akan dibuat. Hal ini akan lebih membuka pikiran dan akan banyak memunculkan ide-ide baru. Untuk pembuatan logo, perhatikan teknis dan detail agar hasil logo yang dibuat lebih maksimal. Setiap menggunakan suatu aset selalu masukkan penciptanya sebagai bentuk *respect*. Di dalam GSM diperlukan penampakan vector outline (outline preview dengan hair line) untuk keseluruhan logo. Jika menggunakan media stamp 2 warna, perhatikan jarak setiap perbedaan warna dan pertimbangkan format *letterhead* yang digunakan. Dan jangan terpaku pada media aplikasi yang itu-itu saja, harus mencoba eksplor ke media lain dan sesuaikan dengan kebutuhan *brand*.

Disetiap pembuatan dan proses pasti akan selalu ada trial and error namun dari hal tersebut kita akan dapat suatu pelajaran yang dapat digunakan untuk selanjutnya, atau bahkan kegagalan tersebut dapat memperluas wawasan dan mendatangkan hal dan ide baru bagi kita.

Yang terakhir adalah dalam merancang dan melakukan riset harus memiliki *time management* yang tepat dan baik. Hal ini diperlukan agar perancangan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Dengan adanya perancangan ulang identitas visual museum kereta api ambarawa ini diharapkan dapat menjadi referensi baru dalam penelitian lain ataupun penelitian berikutnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA