

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum Serangga dan Taman Kupu merupakan museum yang memperkenalkan keanekaragaman fauna serangga (Taman Mini Indonesia Indah, n.d.). Tujuan utama dari museum tersebut adalah memperkenalkan keanekaragaman fauna serangga ini didirikan oleh PKBSI atau Perhimpunan Kebun Binnatang Seluruh Indonesia, dan Museum Zoologicum Bogoriense, serta diresmikan oleh Presiden kedua Republik Indonesia, Soeharto tahun 1993. Museum serangga memiliki beberapa fasilitas seperti taman kupu yang disertai dengan kebun pakan, dan juga kandang penangkaran serta pelestarian kupu-kupu yang dilindungi dan langka. Koleksi serangga yang terdapat pada museum tersebut diperkirakan berjumlah sekitar 600 spesies serangga yang terdiri dari kupu-kupu sebanyak 250 spesies, kumbang yang diperkirakan 200 spesies, dan serangga lainnya yang berjumlah sekitar 150 spesies. Selain koleksi serangga, terdapat beberapa miniatur tiga dimensi yang dapat dilihat di museum yang antara lain merupakan Pesona Kumbang Nusantara, Peta Serangga Indonesia, Peranan Serangga Tanah dalam Ekosistem dan Pelestarian Ekosistem, dan lainnya.

Museum Serangga dan Taman Kupu sempat mengalami perubahan nama menjadi Dunia Serangga pada tahun 2009. Namun, sampai saat ini museum tersebut masih dikenal dan terdaftar pada *website* TMII sebagai Museum Serangga dan Taman Kupu dan juga tidak merubah identitas visual, sehingga masih menggunakan identitas visual yang lama yaitu Museum Serangga dan Taman Kupu. Inkonsistensi pada nama dan identitas visual tersebut menimbulkan kebingungan bagi para pengunjung. Di samping itu, meski koleksi dari museum tersebut sangat beranekaragam, Museum Serangga dan Taman Kupu belum memiliki *brand guideline* pada identitas visualnya yang menyebabkan penerapan logo yang tidak konsisten pada berbagai media. Selain itu, logo yang digunakan saat ini memiliki

readability yang rendah sehingga sulit diidentifikasi, khususnya saat diimplementasikan pada media sosial. Secara keseluruhan, bentuk logo tersebut juga kurang beradaptasi dengan perkembangan zaman. Dari segi *brand equity*, museum tersebut memiliki *brand awareness* yang rendah. Hal ini didukung dengan data yang penulis dapatkan melalui kuisioner. Data tersebut menunjukkan bahwa sekitar 72,6% masyarakat tidak begitu mengetahui ataupun mengenalinya. Dapat disimpulkan bahwa Museum Serangga dan Taman Kupu dapat dikatakan hampir menjadi ‘*brand mati*’ dan memerlukan pengembangan identitas sehingga dapat bersaing dengan kompetitor.

Jika permasalahan-permasalahan tersebut dibiarkan, maka akan menimbulkan dampak yang negatif terhadap identitas Dunia Serangga. Dengan tidak adanya *brand guideline* dan visualisasi logo yang sulit dikenali, serta masih menggunakan identitas visual yang lama, akan menyebabkan munculnya miskonsepsi dan mispersepsi di masyarakat. Hal tersebut dapat menjadi salah satu alasan stagnasi dalam perluasan dan pengembangan brand untuk kedepannya. Seperti yang Wheeler (2018) jelaskan dalam bukunya bahwa *brand awareness* dapat terwujud ketika terdapat identitas visual yang mudah diingat dan dikenali indra pengelihatan secara spontan.

Maka dari itu, penulis melakukan perancangan *rebranding* dari Dunia Serangga untuk usia 7-15 tahun di Jabodetabek. Adapun perancangan yang akan dilakukan terdiri dari *graphic standard manual* yang meliputi tata penggunaan logo secara konsisten, penerapannya dalam media cetak maupun *digital*, serta panduan untuk *collateral design*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah yang dijadikan tugas akhir ini berupa masalah lapangan dan juga masalah desain. Masalah lapangan yang ingin penulis selesaikan adalah:

1. Perubahan identitas nama tanpa mengubah identitas visual yang membuat mispersepsi di masyarakat.

2. Dunia Serangga menjadi '*brand* mati' diakibatkan pengetahuan masyarakat terhadap brand tersebut yang sangat kurang.
3. *Brand guideline* diperlukan untuk menjadi pedoman dalam menggunakan visual yang sesuai pada target audiens.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut:

1. Bagaimana perancangan ulang identitas visual Dunia Serangga yang efektif untuk usia 7-15 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Penulis melakukan pembatasan target audiens pada topik permasalahan yang penulis ambil. Berikut merupakan batasan-batasan masalah dalam perancangan karya ini yang terbagi dalam demografis, geografis, dan juga psikografis.

1.3.1 Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.

Usia : 7-15 tahun.

Kelompok umur tersebut dipilih berdasarkan hasil wawancara dengan Lilik Kunder, sebagai peanggungjawab koleksi museum, yang menjelaskan bahwa target pengunjung museum dengan mayoritas pelajar dan mahasiswa, dan target lain yaitu masyarakat umum.

SES : B2 Nielsen-Admosphere, (2018).

1.3.2 Geografis

Penulis mengambil batasan geografis di Jabodetabek. Berdasarkan wawancara dengan Lilik Kunder, sebagai penanggungjawab koleksi museum. Rata-rata pengunjung Museum Serangga dan Taman Kupu berdomisili di Jabodetabek.

1.3.3 Psikografis

Penulis mengambil batasan psikografis *the follower* menurut Yuswohady (2015), dikarenakan perilaku mereka digerakkan oleh kondisi lingkungan sekitar. Kelompok ini banyak diwakili oleh siswa sekolah menengah ke atas, dan mahasiswa yang pada umumnya aktif pada komunitas, dan sering berkumpul bersama teman-temannya. Batasan psikografis juga diambil pada masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap dunia fauna terutama serangga, dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah untuk merancang identitas visual Museum Serangga dan Taman Kupu bagi usia 7-15 tahun di Jabodetabek.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari tugas akhir perancangan identitas visual Museum Serangga dan Taman Kupu tersebut adalah:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu desain yang penulis pelajari pada masa perkuliahan. Selain itu, penulis juga mendapatkan pengetahuan baru mengenai topik tugas akhir. Penulis juga dapat mengasah kemampuannya pada bidang *branding* dan dapat menjadikan karyanya sebagai portfolio.

2. Bagi Masyarakat

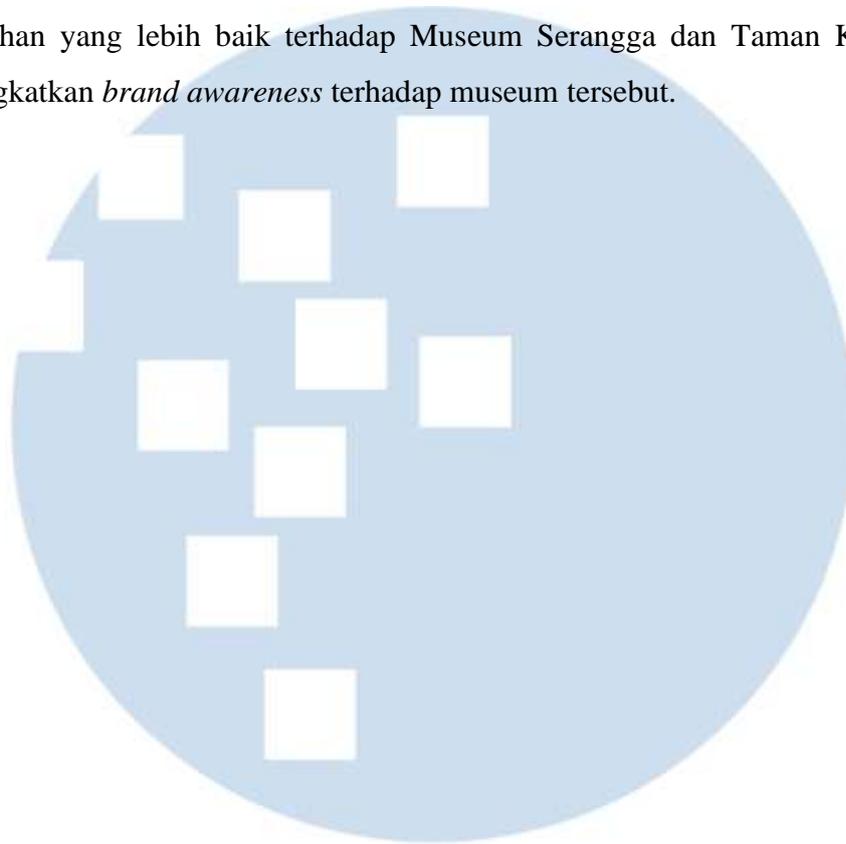
Laporan tugas akhir ini dapat menjadi sumber referensi dan informasi bagi para pembaca mengenai perancangan identitas visual.

3. Bagi Universitas

Laporan tugas akhir ini dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sedang menjalankan tugas akhir, mencari informasi, maupun dijadikan studi kasus mengenai perancangan identitas visual.

4. Bagi Pihak Museum Serangga dan Taman Kupu

Hasil dari perancangan identitas visual diharapkan dapat membawa perubahan yang lebih baik terhadap Museum Serangga dan Taman Kupu, dan meningkatkan *brand awareness* terhadap museum tersebut.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA