

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

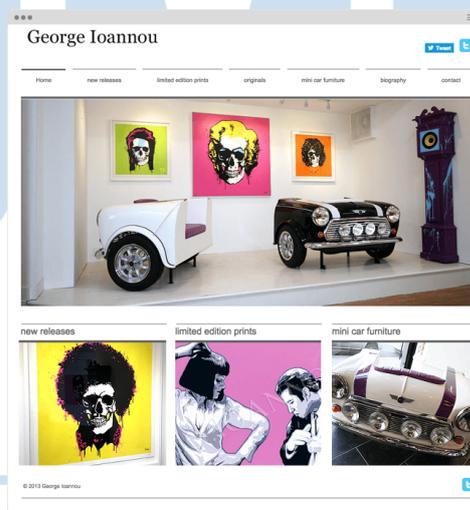
Desain grafis merupakan suatu komunikasi visual yang memiliki fungsi untuk memberikan arti atau makna kepada orang lain. Dari desain grafis memiliki tujuan untuk memastikan, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, mengembangkan, menyusun, memberi merek, mengambisi, mendapatkan, dan membawa berbagai makna. (Landa, 2014, hlm. 1).

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2014) elemen desain terdiri dari garis, bentuk, warna, tekstur, tipografi, dan margin.

2.1.1.1 Garis

Garis adalah titik memanjang yang memiliki arah dan kualitas. Sebuah garis terbentuk karena adanya titik yang saling berdekatan. Garis dapat membentuk lurus, melengkung, dan juga bersudut. (hlm. 19-20).



Gambar 2.1 Line
Sumber: idseducation.com (2018)

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merupakan area permukaan dua dimensi berdasarkan garis, warna, dan tekstur. Bentuk mempunyai 3 bentuk dasar yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Bentuk 2 dimensi dapat diukur tinggi dan lebarnya karena bentuk dasar memiliki volume contohnya seperti kubus, piramida, dan bola. (hlm. 20-21).



Gambar 2.2 *Basic Shape and Forms*
Sumber: riyanthisanturi.com (2020)

2.1.1.3 Warna

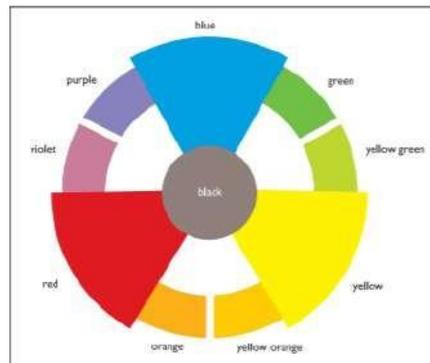
Warna merupakan elemen desain yang berfungsi untuk mendapatkan titik fokus. Oleh karena itu warna dapat meningkatkan keterbacaan sebuah informasi. Warna dapat dilihat apabila terdapat pantulan cahaya pada permukaan benda. Warna dibagi menjadi 3 antara lain *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* merupakan nama lain dari warna. *Value* merupakan pengaturan kecerahan warna (mengatur cahaya warna). *Saturation* adalah kecerahan dan keburaman pada warna. (hlm. 13-24). Warna juga terbagi menjadi 3 jenis, yaitu warna primer, warna sekunder, dan warna tersier. Warna primer ada merah, hijau, biru (RGB). Warna

sekunder dihasilkan dari campuran warna primer, sedangkan warna tersier gabungan warna primer dan sekunder. (hlm. 24).



Gambar 2.3 *Additive Color System*
Sumber: Landa (2014)

Selain RGB, terdapat jenis warna lainnya yaitu CMYK (cyan, magenta, kuning, dan hitam). Warna tersebut merupakan warna subtraktif yang biasa digunakan ilustrasi berwarna pada komputer. (hlm. 24).



Gambar 2.4 *Subtractive Color System*
Sumber: Landa (2014)

Landa (2014) menjelaskan terdapat 6 kombinasi warna dasar berdasarkan *pigment color wheel*. (hlm.131)

1. *Analogous Colors*

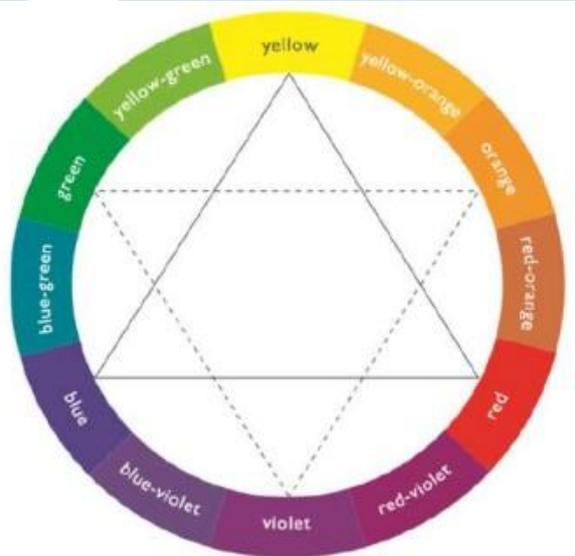
Merupakan kombinasi warna yang terdiri 3 warna yang berdekatan pada *color wheel*.

2. *Complementary Colors*

Meupakan kombinasi warna yang berseberangan pada *color wheel*.

3. *Split Complementary Colors*

Merupakan kombinasi warna yang berseberangan dengan 2 warna pada *color wheel*.



Gambar 2.5 *Pigment Color Wheel*
Sumber: Landa (2014)

4. *Triadic Colors*

Merupakan kombinasi warna dari 3 warna dengan jarak yang sama pada *color wheel*.

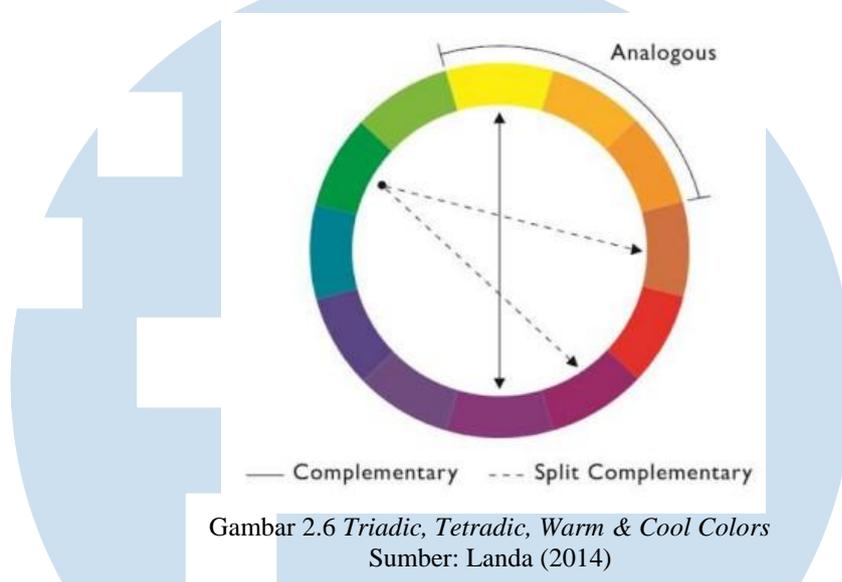
5. *Tetradic Colors*

Merupakan kombinasi warna dari 4 warna yang terbentuk dari 2 *complementary colors* pada *color wheel*.

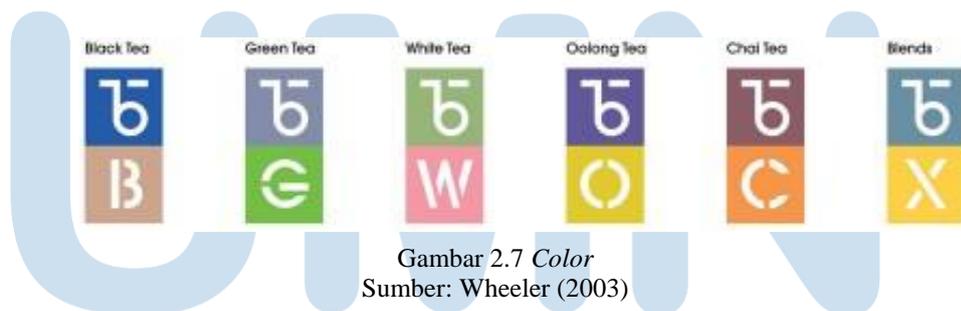
6. *Warm & Cool Colors*

Warm colors merupakan warna yang terdiri dari warna merah,

jingga, dan kuning. Sementara *cool colors* merupakan warna yang terdiri dari warna hijau, biru, dan ungu.



Warna sangat penting dalam suatu desain. Warna digunakan untuk meningkatkan emosi dalam mengekspresikan pribadi ke dalam desain yang dibuat. Pemilihan warna juga memerlukan pemahaman teori mengenai warna dan menguasai makna. (hlm. 154).



Berikut merupakan makna-makna dari psikologi warna yang terbagi menjadi 3 kelompok berdasarkan warna primer, sekunder, dan netral.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. Warna Primer

- Merah

Warna merah identik sebagai darah dan api. Warna merah melambangkan keberanian, semangat, kekuatan, gairah, dan antusias. Tetapi, warna merah juga menggambarkan kemarahan dan kekejaman. Namun di beberapa negara, warna merah melambangkan kebahagiaan, pernikahan, dan kekayaan. (hlm. 26-27)

- Kuning

Warna kuning identik sebagai cahaya. Warna kuning merupakan warna pertama yang dilihat oleh manusia. Warna kuning melambangkan keceriaan, kebijaksanaan, optimisme, dan intelektual. Tetapi, warna kuning juga menggambarkan peringatan dan kecemburuan. Namun di beberapa tempat, warna kuning melambangkan kedukaan. (hlm. 26-27)

- Biru

Warna biru identik sebagai langit dan laut. Warna biru melambangkan ketenangan, kesetiaan, keseimbangan, dan kepercayaan. Warna biru juga menggambarkan sifat dingin dan depresif. (hlm.26)

2. Warna Sekunder

- Hijau

Warna hijau identik sebagai tumbuhan dan alam. Warna hijau melambangkan sifat sehat, menyembuhkan, harmonis, dan natural. Warna hijau juga menggambarkan uang, racun, ketamakan, kejujuran, perkembangan, dan fertilitas. (hlm. 28)

- Ungu

Warna ungu identik sebagai spiritualitas, karena sifatnya yang cenderung mistis dan misterius. Tetapi, warna ungu juga menggambarkan kekayaan, kemewahan, kemuliaan, dan *royalty*. (hlm. 28)

- Oranye

Warna oranye identik sebagai buah jeruk dan juga musim gugur. Warna oranye juga menggambarkan semangat, energi, kreativitas, kesegaran, dan kesehatan. (hlm. 28)

3. Warna Netral

- Hitam

Warna hitam identik sebagai malam hari dan juga kematian. Warna hitam mempunyai sifat yang elegan, serius, kuat, formal, misterius, berwenang, bermartabat, dan *stylish*. Warna hitam juga menggambarkan ketakutan, duka, penyesalan, kejahatan, dan kehampaan. (hlm. 30)

- Putih

Tidak seperti warna hitam, warna putih bertentangan dengan warna hitam. Warna putih identik sebagai kesucian dan cahaya. Warna putih juga mempunyai sifat yang murni, kelembutan, bersih, murni, pernikahan, kebenaran, kebajikan, dan kesederhanaan. (hlm. 30)

- Abu-abu

Warna abu-abu melambangkan kedewasaan, kenetralan, keamanan, kecerdasan, kesopanan, dan kebijakan. Tetapi, warna abu-abu juga menggambarkan kebosanan, umur tua, kelam, dan kesedihan. (hlm. 30)

2.1.1.4 Tekstur

Tekstur adalah kualitas atau struktur dari suatu permukaan. Tekstur terbagi menjadi 2 bagian yaitu taktil dan visual. Tekstur taktil bisa didapatkan dalam percetakan seperti *stamping*, *letterpress*, dan *engraving*. Sedangkan tekstur visual didapatkan dalam keterampilan tangan saat menggambar. (hlm. 28).



Gambar 2.8 *Tactile Textures and Visual Textures*
Sumber: kuliahdesain.com (2013)

2.1.1.5 Tipografi

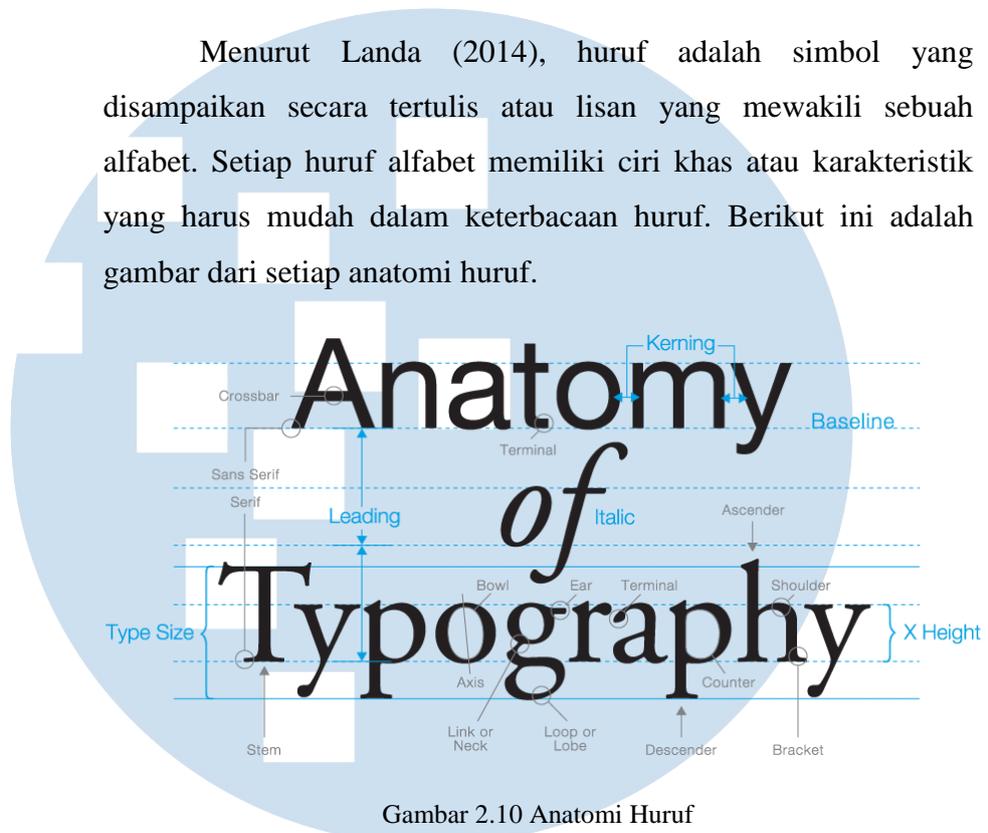
Menurut Wheeler (2003) tipografi adalah sebuah inti dari identitas visual. Banyak *brand* yang mudah diketahui oleh konsumen karena tipografi mereka yang memiliki ciri khas dan konsisten. Pemilihan *font* merupakan hal terpenting dalam tipografi. Dibutuhkan pemahaman dan pengetahuan yang luas untuk melakukan hal tersebut. (hlm. 158).



Gambar 2.9 *Typography*
Sumber: Wheeler (2003)

1. Anatomi Huruf

Menurut Landa (2014), huruf adalah simbol yang disampaikan secara tertulis atau lisan yang mewakili sebuah alfabet. Setiap huruf alfabet memiliki ciri khas atau karakteristik yang harus mudah dalam keterbacaan huruf. Berikut ini adalah gambar dari setiap anatomi huruf.



Gambar 2.10 Anatomi Huruf

Sumber: <https://osmanassem.com/typography-the-anatomy-of-a-letter/>

- *Ascender*

Ascender adalah bagian atas sebuah huruf kecil yang memiliki tinggi melebihi *x-height*. Contoh huruf yang mempunyai *ascender* adalah b, d, f, h, k, l, dan t.

- *Arm*

Arm adalah garis horizontal atau diagonal pada bagian atas yang memanjang dari stem.

- *Axis*

Axis adalah sudut kemiringan dari bagian bulat sebuah karakter.

- *Bar* atau *Crossbar*

Bar atau *Crossbar* adalah garis horizontal yang menghubungkan dua sisi pada suatu huruf, seperti pada A, H, atau E.

- *Baseline*

Baseline adalah garis lurus yang merupakan batas bawah huruf kapital dan huruf kecil, tetapi tidak termasuk dalam bagian *descender*.

- *Bowl*

Bowl adalah bagian lengkung pada huruf.

- *Cap Height*

Cap height adalah tinggi huruf kapital dari garis dasar (*baseline*) sampai bagian atas huruf.

- *Character*

Character adalah bentuk dari huruf, angka, tanda baca, atau unit apapun dari sebuah font.

- *Counter*

Counter adalah ruang yang diapit oleh stroke sebuah huruf

- *Descender*

Descender adalah bagian bawah dari huruf kapital maupun huruf kecil yang melebihi bagian bawah *baseline*. Contoh huruf mempunyai *descender* adalah g, j, p, q, dan y.

- *Ear*

Ear adalah stroke kecil pada *bowl* huruf g.

- *Foot*

Foot adalah bagian bawah sebuah karakter.

- *Hairline*

Hairline adalah *stroke* tipis karakter romawi.

- *Head*

Head adalah bagian atas sebuah huruf.

- *Italics*

Italics adalah salah satu varian dari *type family*. Huruf miring mengacu pada tipografi yang terinspirasi dari tulisan tangan. Huruf *italics* memiliki ciri khas miring ke kanan.

- *Leg*

Leg adalah bagian bawah sebuah huruf, seperti pada huruf K dan R.

- *Ligature*

Ligature adalah dua atau lebih karakter yang saling terhubung.

- *Link*

Link adalah *stroke* penghubung antara dua huruf g.

- *Loop*

Loop adalah bagian bawah dari huruf kecil g.

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

- *Oblique*

Oblique adalah sebuah istilah di mana huruf berbentuk miring mirip dengan *italic*, namun tidak sama persis dengan *italic*.

- *Serif*

Serif adalah goresan kecil yang ditambahkan ke ujung bagian atas atau bawah sebuah karakter.

- *Shoulder*

Shoulder adalah garis melengkung pada *lowercase* h, m, dan n.

- *Spine*

Spine adalah garis melengkung pada huruf S.

- *Spur*

Spur adalah bagian kecil dari *stroke* utama sebuah huruf.

- *Stem*

Stem adalah *stroke* atau garis tegak utama dari sebuah karakter.

- *Stress*

Stress adalah sudut dari sumbu utama pada sebuah huruf.

- *Stroke*

Stroke adalah garis dari struktur utama pada sebuah karakter.

- *Swash*

Swash adalah tambahan dekoratif pada bentuk huruf, umumnya menggantikan terminal atau *serif*.

- *Tail*

Tail adalah bagian *descender* dari huruf Q yang berada di bawah garis dasar atau *baseline*.

- *Terminal*

Terminal adalah ujung huruf yang tidak diakhiri dengan *serif*.

- *Thick/Thin Contrast*

Thick/Thin Contrast adalah perbandingan ketebalan *stroke* pada jenis huruf, yakni perbedaan tebal dan tipis dari garis *stroke*.

- *Vertex*

Vertex adalah bagian kaki dari huruf yang runcing.

- *Weight*

Weight adalah ketebalan *stroke* sebuah karakter yang dibandingkan dengan tingginya. Beberapa contoh dari jenis *weight* adalah *light*, *medium*, dan *bold*.

- *X-height*

Tinggi dari sebuah huruf kecil, namun tidak termasuk dalam bagian *ascenders* dan *descenders*.

2. Klasifikasi Huruf

Typeface di masa sekarang ini telah berkembang dan terdapat jumlah dan variasi yang banyak. Maka dari itu, diperlukan sebuah klasifikasi untuk mengelompokkan *typeface* yang memiliki kemiripan. Klasifikasi dibagi berdasarkan gaya dan sejarah huruf tersebut. Berikut beberapa klasifikasi *typeface*. (Landa, 2014).



Gambar 2.11 Klasifikasi Huruf
Sumber: Landa (2014)

- *Old Style atau Humanist*

Old Style atau Humanist adalah *typeface* yang muncul pada akhir abad ke-15. Karakteristik dari *typeface* tersebut adalah memiliki sisi lengkung dan serif. Contoh dari *old style* adalah Garamond dan Times New Roman.

- *Transitional*

Transitional adalah *typeface* yang muncul pada abad ke-18 dan termasuk ke dalam sans serif. *Transitional* merupakan transisi dari gaya lama ke *modern* yang menunjukkan karakteristik keduanya. Contoh *typeface transitional* adalah Baskerville, dan Century.

- *Modern*

Modern adalah *typeface* yang berkembang pada awal abad ke-19. *Typeface modern* memiliki karakteristik yang cenderung geometris dan memiliki goresan tebal tipis yang kontras. Contoh dari *typeface* ini adalah Didot dan Bodoni.

- *Slab Serif*

Slab Serif adalah *typeface* yang memiliki karakteristik goresan yang tebal sehingga terkesan lebih berat. *Typeface* serif ini muncul pada awal abad ke-19. Contoh dari *typefaceslab serif* adalah Memphis, Clarendon, dan ITC Lubalin Graph.

- *Sans Serif*

Sans serif adalah *typeface* yang tidak mempunyai serif pada ujung hurufnya. *Typeface* ini mulai diperkenalkan pada awal abad ke-19. Beberapa *typeface* sans serif memiliki lebar yang konsisten dan beberapa memiliki lebar yang tebal tipis. Contoh dari *typeface sans serif* adalah Futura, Helvetica, Grotesque, dan Frutiger.

- *Blackletter*

Blackletter adalah *typeface* yang mengacu pada huruf manuskrip pada abad ketiga belas hingga kelima belas atau dapat disebut gothic. *Typeface* ini memiliki karakteristik garis yang berat dan tebal dengan sedikit lengkungan. Contoh dari *typeface blackletter* adalah Rotunda, Schwabacher, dan Fraktur.

- *Script*

Script adalah *typeface* yang sangat mirip dengan tulisan tangan. Huruf *script* biasanya saling bersambung dan dituliskan secara miring. *Typeface script* dapat menyerupai tulisan yang ditulis menggunakan pena runcing, pensil, ataupun kuas. Contoh dari *script* adalah Brush Script, Shelley Allegro Script, dan Snell Roundhand Script.

- *Display*

Display adalah *typeface* yang ditujukan untuk penggunaan dalam ukuran yang besar seperti *headline* atau judul. *Display* akan sulit dibaca apabila dipergunakan pada teks biasa. *Typeface display* biasanya dikombinasikan dengan *typeface* klasifikasi lainnya untuk menciptakan desain yang mudah dipahami.

2.1.1.6 Margin

Menurut Wheeler (2003) margin merupakan pembatas jarak antara pinggir kertas dengan bidang ruang yang akan diisi oleh elemen desain *layout*. (hlm. 152).

2.1.2 Prinsip Desain

Menurut Landa (2014) prinsip desain terdiri dari *format, balance, visual hierarchy, rhythm, unity, dan laws of perceptual organization*.

2.1.2.1 Format

Format adalah ketentuan perimeter dalam menentukan batas suatu desain. *Format* memiliki 2 jenis yaitu *format single* dan *multipage*. Dalam desain grafis, jenis dan bentuk yang dibuat harus sesuai dengan batas ketentuan *format*. (hlm. 29-30).

2.1.2.2 Balance

Balance merupakan suatu stabilitas penyebaran elemen terhadap visual. Hal tersebut dapat membuat suatu komposisi yang harmonis dengan audiens dan mempengaruhi daya tarik konsumen terhadap desain. (hlm. 30-31).



Gambar 2.12 *Symmetrical, Asymmetrical, dan Radial*
 Sumber: id.pinterest.com (2015)

2.1.2.3 *Visual Hierarchy*

Visual hierarchy merupakan urutan untuk menentukan prioritas pada setiap elemen desain. Dalam *visual hierarchy* terdapat istilah *emphasis* yang artinya penataan elemen desain yang paling menonjol. (hlm. 33).



Gambar 2.13 *Emphasis*
 Sumber: Blendspace.com (2013)

2.1.2.4 *Rhythm*

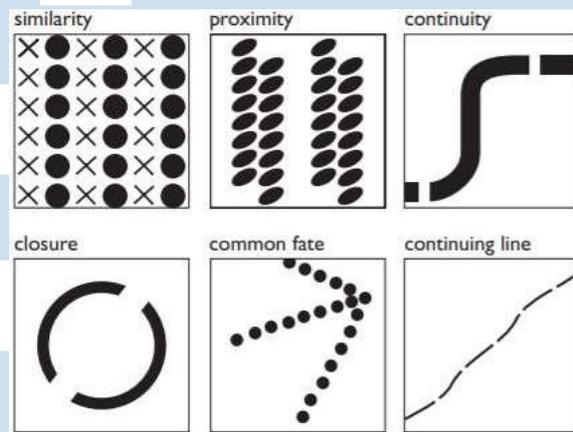
Rhythm adalah unsur stabilitas pengulangan yang teratur dalam kesinambungan. Pengulangan irama tersebut dibutuhkan dalam setiap *format* desain agar terlihat konsisten setiap halamannya. (hlm. 35-36).

2.1.2.5 *Unity*

Unity atau kesatuan diartikan sebagai menggabungkan semua elemen desain dalam bentuk komposisi menjadi satu. Dalam *unity* terdapat istilah *gestalt* yang memiliki arti memberikan penekanan dalam membentuk kesatuan pada desain. (hlm. 36).

2.1.2.6 Laws of Perceptual Organization

Laws of Perceptual Organization merupakan sebuah teori dengan peraturan yang teratur dalam melakukan pengelompokkan. Pengelompokkan tersebut terdiri dari *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line*.



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

2.2 Brand

Menurut Wheeler (2003) dari buku *Designing Brand Identity : An Essential Guide for the Whole Branding Team*, brand merupakan ide besar yang menjadi harapan sebuah perusahaan pada setiap konsumen mengenai produk perusahaan. (hlm. 1).

2.2.1 Branding

Branding merupakan proses mendesain yang dipakai saat menciptakan sebuah pemahaman dan memperluas konsumen untuk mendapatkan konsumen baru. (Wheeler, 2003, hlm. 6).

2.2.2 Jenis-Jenis Branding

Menurut Wheeler (2003) *branding* terbagi menjadi 5 jenis, antara lain: (hlm. 6).

1. *Co-branding*

Melakukan kerjasama atau kolaborasi antar *brand* yang lain untuk meraih jangkauan konsumen yang sudah ditargetkan.

2. *Digital branding*

Menggunakan media sosial dan *web* sebagai untuk melakukan perdagangan dan mengoptimalkan *brand*.

3. *Personal branding*

Jenis ini biasanya dilakukan oleh seseorang atau individual untuk membangun dan mendapatkan nama baik.

4. *Cause branding*

Menyamakan dan menyeimbangkan *brand* perusahaan dengan tujuan sosial yang dilakukan.

5. *Country branding*

Branding ini memiliki tujuan sebagai strategi *branding* untuk menarik perhatian wisatawan atau dalam sebuah bisnis tertentu.

2.2.3 **Brand Identity**

Brand identity merupakan identitas merek yang dapat mendorong dan memperkuat sebuah *brand* sehingga dapat dikenal dan diketahui. Fungsi dari *brand identity* itu sendiri adalah untuk mengkomunikasikan visi misi dari *brand* perusahaan tersebut, dan juga sebagai pengenalan *brand* terhadap konsumen. (Wheeler, 2003, hlm. 4).

2.2.3.1 Identitas Visual

Menurut Wheeler (2018), identitas visual merupakan faktor penting suatu perusahaan agar memiliki *brand awareness* dan *recognition* yang mudah diingat dan dikenali. Identitas visual dapat

menciptakan persepsi yang tepat yang diinginkan oleh suatu perusahaan. Hal itu disebabkan karena suatu visual penglihatan dapat secara efektif memberikan informasi ke masyarakat.

2.2.3.2 Logo

Menurut Wheeler (2003) logo didesain dengan berbagai jenis sesuai dengan masing-masing perusahaan. Logo terdapat 5 jenis yaitu *wordmarks*, *letterforms*, *pictorial marks*, *abstract/symbolic marks*, dan *emblems*. (hlm. 54).

1. *Wordmarks*

Wordmarks adalah logo yang terdiri dari kata yang berdiri sendiri. *Wordmarks* biasanya menggunakan kata mudah dibaca dengan karakter *font* yang memiliki ciri khas. (hlm. 56).



Gambar 2.15 *Wordmarks*
Sumber: Wheeler (2003)

2. *Letterforms*

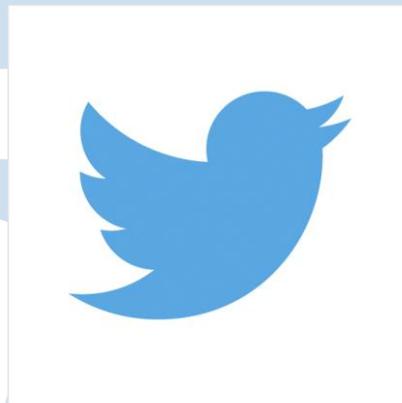
Letterforms biasanya logo yang terdiri dari huruf tunggal dengan tujuan sebagai titik fokus visual yang memiliki ciri khas untuk sebuah *brand*.



Gambar 2.16 *Letterforms*
Sumber: Wheeler (2003)

3. *Pictorial Marks*

Pada *pictorial marks* biasanya menggunakan gambar yang dapat dikenali dan diketahui. Gambar tersebut dapat memiliki suatu hubungan dengan perusahaan atau *brand*. Semakin sederhana logo yang dibuat, maka akan lebih sulit.



Gambar 2.17 *Pictorial Marks*
Sumber: Wheeler (2003)

4. *Abstract/Symbolic Marks*

Logo jenis abstrak biasanya menggambarkan bentuk visual yang berisi *big idea* dari perusahaan. Logo abstrak sangat efektif bagi perusahaan dibidang layanan dan teknologi.

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 2.18 *Abstract/Symbolic Marks*
Sumber: Wheeler (2003)

5. *Emblems*

Emblem merupakan logo yang menampilkan bentuk visual yang berhubungan dengan nama organisasi. *Emblem* biasanya dijadikan sebagai tanda yang terdapat pada seragam.



Gambar 2.19 *Emblems*
Sumber: Wheeler (2003)

2.2.3.3 *Graphic Standard Manual*

Menurut pernyataan Wheeler (2018), *Graphic Standard Manual* adalah pedoman identitas visual yang berisikan desain, spesifikasi, cara publikasi, dan produksi elemen-elemen visual agar dapat konsisten. Standar yang baik dapat menghemat waktu dan dana, serta membuat cara marketing menjadi jelas. Pedoman tersebut penting untuk mempertahankan *brand equity* dan *intellectual property brand*. Menurut Wheeler (2018), dalam melakukan perancangan *Graphic Standard Manual* harus terdapat konten-konten didalamnya. Konten-konten tersebut antara

lain *preface*, *brand identity elements*, warna, tipografi, dan supergrafis.

Dalam GSM terdapat konten mengenai media *collateral*, terdapat beberapa kategori media *collateral* sebagai berikut:

a. *Advertising Media*

Merupakan media iklan yang digunakan untuk melakukan promosi terhadap *brand*. Tujuannya tentu agar masyarakat tertarik kepada *brand* tersebut. *Advertising Media* yang dilakukan terdapat 2 yaitu *online* dan cetak. Pada *advertising media online* terdapat *instagram story* dan *instagram post*. Sedangkan pada *advertising media* cetak terdapat brosur dan *flyer*.

b. *Stationery*

Pada umumnya, *stationery* dibuat untuk membangun sebuah profesionalitas dalam kegiatan formal. *Stationery* juga memiliki tujuan untuk memperkuat identitas *brand*. Dalam kata lain, *stationery* merupakan salah satu media promosi melalui peralatan-peralatan yang dibuat dengan menarik dan terdapat identitas *brand*. Contoh dari *stationery* adalah seragam, *ID Card*, *lanyard*, kartu nama, kop surat, amplop, *stamp*, dan lain-lain.

c. *Signage*

Merupakan media berupa papan informasi yang memiliki fungsi promosional dan instruksional. Pada fungsi promosional misalnya *signage* yang menyampaikan sebuah nama atau lokasi. Sedangkan fungsi instruksional misalnya *signage* yang menyampaikan informasi mengenai penunjuk

arah atau peringatan-peringatan seperti dilarang merokok, dilarang menyentuh karya, dan lain sebagainya.

d. *Ephemera*

Merupakan jenis media yang dianggap sangat efisien dalam menjangkau banyak orang. Media *ephemera* menggunakan gambar dan video dalam melakukan promosi. *Ephemera* juga hanya ditayangkan dalam waktu yang singkat. Jenis media seperti ini dapat ditemukan dalam instagram *story*.

e. *Merchandise*

Merchandise juga dapat mendukung dalam promosi yaitu dengan memperkenalkan *brand* kepada masyarakat, sehingga dengan keunikannya dapat menarik perhatian audiens. *Merchandise* juga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh oleh pengunjung yang datang, yang bertujuan juga untuk membantu pemasaran ke masyarakat dan pemasukkan bagi *brand*. Contoh barang yang dapat dijadikan sebagai *merchandise* yaitu *t-shirt*, *notebook*, pulpen, *tote bag*, *string bag*, topi, botol minum, jam dinding, gantungan kunci, *pin*, masker, dan lain sebagainya.

2.3 Pengertian Museum

Museum merupakan tempat yang ditujukan untuk masyarakat. Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No.19 Tahun 1995, pengertian dari museum adalah tempat untuk menyimpan, menjaga, mengurus benda-benda hasil budaya untuk dilestarikan.

2.3.1 Jenis-Jenis Museum

Museum terbagi 2 kategori, antara lain berdasarkan koleksi dan kedudukannya. Jenis museum berdasarkan koleksi terdiri dari museum umum dan museum khusus.

1. Museum Umum merupakan museum yang berisi benda yang berhubungan dengan macam-macam cabang seni.
2. Museum Khusus merupakan museum yang berisi benda yang berhubungan hanya dengan satu cabang seni.

Sedangkan jenis museum berdasarkan kedudukannya antara lain museum nasional, propinsi, dan lokal.

1. Museum Nasional merupakan museum yang isinya benda dari seluruh wilayah di Indonesia.
2. Museum Propinsi adalah museum yang isinya benda dari wilayah propinsi museum itu berada.
3. Museum Lokal adalah museum yang isinya benda dari wilayah kabupaten atau kota museum itu berada.

2.3.2 Fungsi Museum

Menurut Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1995, mengatakan bahwa museum mempunyai kewajiban menjaga, mengurus, melindungi, dan menggunakan koleksi cagar budaya dengan baik. Maka museum mempunyai 2 fungsi utama yaitu tempat penjagaan dan tempat informasi. (Kepresidenan, 2020).

2.3.3 Museum Multatuli Rangkasbitung

Museum Multatuli Rangkasbitung adalah museum anti kolonialisme pertama yang ada di negara Indonesia. Museum ini letaknya berada di Jalan Alun-Alun Timur No. 8 Rangkasbitung, Lebak Banten dan didirikan untuk mengenang tokoh Belanda penolak kolonialisme yaitu Eduard Douwes Dekker. Museum Multatuli diresmikan oleh Bupati Lebak yaitu Hj. Iti Octavia Jayabaya pada tanggal 11 Februari 2018. (Muchtar, 2018). Museum ini terbagi menjadi 7 ruangan dengan 4 tema. 4 tema itu antara lain, (Adiakurnia, 2018).

1. Sejarah kolonialisme masuk ke Indonesia
2. Multatuli dengan hasil karya-karyanya
3. Sejarah Kabupaten Lebak dan Provinsi Banten
4. Perkembangan Rangkasbitung

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA