

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Kota Rangkasbitung memiliki satu tempat sarana edukasi yang terkenal yaitu Museum Multatuli. Museum ini merupakan museum anti-kolonialisme pertama di Indonesia. Sesuai dengan namanya, museum ini didirikan untuk mengenal tokoh Belanda penolak kolonialisme di Indonesia yaitu Multatuli atau nama lainnya Eduard Douwes Dekker. Museum ini diresmikan pada tanggal 11 Februari 2018 oleh Hj. Iti Octavia Jayabaya selaku Bupati Lebak. Walaupun museum ini sudah berdiri selama 4 tahun lebih, identitas visual dari Museum Multatuli ini masih belum kejelasan dan kepastian. Hal itu dikarenakan, terdapatnya 2 identitas visual atau logo dari museum ini, yang membuat identitas menjadi tidak konsisten.

Berdasarkan permasalahan tersebut, langkah yang diambil adalah melakukan perancangan ulang terhadap identitas visual Museum Multatuli Rangkasbitung. Karena identitas visual memiliki tujuan sebagai pembeda dengan perusahaan lain dan dapat membangun posisi perusahaan. Dalam perancangan ulang identitas visual Museum Multatuli Rangkasbitung ini, harus memiliki ciri khas dan tentunya mudah diingat oleh masyarakat. Penulis dalam melakukan perancangan ini, menggunakan strategi perancangan berdasarkan teori Alina Wheeler (2003) dari bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Pada teori tersebut terdapat beberapa metode yang harus dilakukan. Metode-metode tersebut diantaranya, *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints,* dan *managing assets*.

Pada metode pertama yaitu *conducting research*, metode ini merupakan metode untuk melakukan pengumpulan data dan informasi mengenai Museum Multatuli berkaitan dengan masalah yang ditemukan. Dalam melakukan

pengumpulan data ini, hal yang dilakukan adalah wawancara, FGD, observasi, dan studi referensi. Pada tahap selanjutnya yaitu *clarifying strategy*, setelah mendapatkan data, penulis merancang strategi berupa ide dan konsep yang akan dijadikan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Perancangan strategi diawali dengan melakukan *mindmapping*, *proposition*, *keywords*, *big idea*, dan *tone of voice*. Setelah mendapatkan *big idea* “*Golden heroes from various sides*”, penulis melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu *designing identity*. Pada tahap ini, dilakukan dengan pembuatan *moodboard*, merancang sketsa logo dan supergrafis, menentukan *color palette* dan tipografi yang akan digunakan, dan fotografi. Setelah semuanya selesai, dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu *creating touchpoint* yaitu tahap penerapan tahap *designing identity* ke dalam desain yang dibuat dan diterapkan dalam bentuk mockup. Pada tahap *creating touchpoints* ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, *stationery*, *marketing collateral*, dan *merchandise*. Pada tahap terakhir dilanjutkan dalam *managing assets* berupa penggabungan semua aset desain yang sudah dibuat ke dalam buku *brand guidelines*. Pada *brand guidelines* ini mencakup strategi *brand*, logo dan sistem identitas, dan juga media-media seperti *stationery*, *marketing collateral*, dan *merchandise*. Pada perancangan ini digunakan beberapa media dengan tujuannya masing-masing. Pada media *stationery* memiliki tujuan untuk digunakan oleh pihak perusahaan untuk membangun sebuah profesionalitas dalam kegiatan formal. Pada media *marketing collateral*, *instagram post* dan *instagram story* ditujukan untuk anak-anak muda yang menggunakan media sosial berupa *instagram* dalam kehidupan sehari-hari. Sementara media *marketing collateral*, brosur dan *flyer* ditujukan kepada masyarakat yang berkunjung langsung ke Museum Multatuli untuk menyampaikan informasi mengenai museum.

Melalui perancangan ulang identitas visual yang sudah dilakukan ini, diharapkan dapat mengatasi masalah tersebut dan dapat menjadi sebuah kekonsistenan terhadap identitas visual Museum Multatuli pada penerapan media-media yang digunakan.

## 5.2 Saran

Dalam melakukan tugas akhir, mahasiswa perlu menentukan secara mantap topik yang akan diambil dalam tugas akhir. Penentuan topik harus menjelaskan latar situasi, masalah, urgensi, dan solusi yang diberikan dari topik yang diambil. Hal utama yang harus diketahui oleh mahasiswa adalah masalah yang terdapat di dalam topik yang diambil dan mampu memberikan solusi terhadap masalah tersebut. Jika terdapat beberapa masalah, diharapkan mahasiswa mampu memfokuskan pada satu masalah dengan memberikan bukti berdasarkan data yang valid. Dengan fokus terhadap masalah, tentu solusi yang diberikan dapat lebih efektif dan baik. Selain harus mengetahui masalah yang terdapat dalam topik, mahasiswa juga harus menentukan batasan masalah agar solusi yang dibuat mampu mengarah pada target audience yang sudah ditentukan.

Jika mahasiswa mengambil topik pada tugas akhir mengenai perancangan ulang identitas visual sebuah perusahaan, hal penting yang harus dilakukan mahasiswa adalah mengetahui masalah utamanya seperti apa. Tentunya masalah tersebut harus berdasarkan penyampaian dari pihak atau bagian dalam perusahaan, agar masalah tersebut benar-benar terjadi dan merupakan sebuah hal yang benar. Dalam melakukan perancangannya, mahasiswa juga harus menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual berupa teori mengenai identitas sebuah *brand* menurut para ahli. Karena jika perancangan berdasarkan teori yang bersumber dari buku yang dibuat oleh para ahli, maka perancangan yang dibuat akan semakin baik dan dapat dipercaya.