

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI  
MUSEUM NASIONAL SEJARAH ALAM INDONESIA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Nathan Octavio Brahmantyo**

**00000045365**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI  
MUSEUM NASIONAL SEJARAH ALAM INDONESIA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Nathan Octavio Brahmantyo**

**00000045365**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathan Octavio Brahmantyo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045365

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI  
MUSEUM NASIONAL SEJARAH ALAM INDONESIA**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 December 2023

UMNI



Nathan Octavio Brahmantyo

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI  
MUSEUM NASIONAL SEJARAH ALAM INDONESIA**

Oleh


Nama : Nathan Octavio Brahmantyo  
NIM : 00000045365  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024  
Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

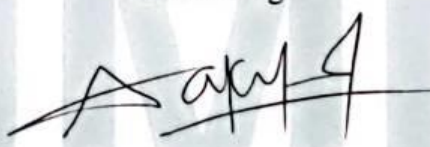
Ketua Sidang

Penguji


  
Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., A.C.P  
0305117401/L00146

  
Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.  
0312096805/E023959

Pembimbing

  
Ardiles Akyuwen, M.Sn.  
0323067804/E067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresa Volando, S.Ds., M.A.  
0311099302/E043487

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nathan Octavio Brahmantyo

NIM : 00000045365

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM NASIONAL SEJARAH ALAM INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 December 2023

Yang menyatakan,

Nathan Octavio Brahmantyo

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, karena dapat terselesaikannya penulisan Proposal Tugas Akhir ini. Dalam era digital yang berkembang pesat, media promosi memiliki peran penting dalam memperkenalkan museum kepada khalayak yang lebih luas. Tugas akhir ini bertujuan untuk mengusulkan dan mengembangkan media promosi efektif untuk Museum Nasional Sejarah Alam Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media digital, proposal ini akan merancang strategi komunikasi yang menarik dan interaktif, meningkatkan daya tarik museum serta mencapai audiens yang lebih luas. Penulis sadar bahwa penyusunan laporan ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:


Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ardiles Akyuwen, S.Sn., M.Sn., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Roy Anthonius Susanto, S.Sn., M.Ds. sebagai Dosen Pembimbing Spesialis yang telah membantu penulis dalam memberikan arahan perancangan pada tahapan konsep dan juga hasil media akhir.
6. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran dalam kejelasan karakteristik pesan dari perancangan.
7. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds. sebagai Dosen Ketua Sidang yang telah memberikan saran dan masukkan dalam fundamental dari sebuah perancangan desain.

8. Nunik, sebagai Koordinator MUNASAIN yang telah memberikan *insight* dan meluangkan waktunya untuk dimintai wawancara dan memperbolehkan untuk izin observasi.
9. Amelia Ruby sebagai Creative Director Tokopedia yang telah membukakan informasi mengenai pentingnya pengarahannya media promosi dalam perancangan.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kezia Angelique, Veronica, Lydia, dan Jeffrey Nicholas yang telah membantu dan memotivasi saya dalam pengerjaan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat emotivasi orang lain dalam menciptakan karya atau desain yang sejenis dan lebih baik. Semoga karya ini juga dapat meningkatkan pentingnya kesadaran masyarakat akan media promosi.

Tangerang, 13 December 2023

  
Nathan Octavio Brahmantyo

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

## MUSEUM NASIONAL SEJARAH ALAM INDONESIA

Nathan Octavio Brahmantyo

### ABSTRAK

Museum merupakan tempat bersejarah yang menyimpan beragam budaya Indonesia. Museum Indonesia yang menyimpan budaya ragam etnobotani adalah Museum Nasional Sejarah Alam Indonesia (MUNASAIN). Sebagai salah satu pendiri museum yang memberikan wawasan mengenai sejarah alam, MUNASAIN memiliki hambatan dalam promosi yang menyebabkan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai museum. Periklanan atau promosi yang diberhentikan pada tahun 2022 memperkuat *stigma* ketidaktahuan masyarakat mengenai MUNASAIN. Museum yang tidak memanfaatkan era digital akan tertinggal dengan wawasan yang ada. Tidak ditentukannya solusi yang cepat dan efektif menyebabkan budaya dan sejarah alam Indonesia akan terlupakan dan tidak diketahui. Dalam penemuan solusi, dibutuhkan perancangan media promosi untuk menjangkau masyarakat luas. Perancangan ditujukan untuk memperluas pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan MUNASAIN dan menarik perhatian pengunjung sehingga wawasan budaya sejarah alam Indonesia semakin diketahui banyak orang. Proses perancangan menggunakan teori metode Robin Landa dengan bukunya *Graphic Design Solution*. Hasil perancangan merupakan media promosi dengan fokus pada sosial media dengan pendukung media sekunder yaitu media konvensional.

**Kata kunci:** museum, etnobotani, sejarah alam, media promosi, minat pengunjung

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



# DESIGNING PROMOTIONAL MEDIA FOR THE NATIONAL MUSEUM OF INDONESIAN NATURAL HISTORY

Nathan Octavio Brahmantyo

## *ABSTRACT (English)*

*Museums are historical places that preserve various cultures of Indonesia. The Indonesian museum that preserves ethnobotanical culture is the National Museum of Indonesian Natural History (MUNASAIN). As one of the founding museums that provides insights into natural history, MUNASAIN faces challenges in promotion, resulting in limited public knowledge about the museum. Advertising or promotions that were halted in 2022 further reinforced the stigma of public ignorance about MUNASAIN. Museums that do not leverage the digital era risk falling behind in existing insights. The lack of a quick and effective solution could lead to the culture and natural history of Indonesia being forgotten and unknown. In finding a solution, the design of promotional media is needed to reach the wider public. The design is aimed at expanding public knowledge about the existence of MUNASAIN and attracting visitors' attention so that the cultural insights into Indonesia's natural history are increasingly known to many people. The design process uses the Robin Landa method theory from her book 'Graphic Design Solution.' The result of the design is a promotional media with a focus on social media supported by secondary conventional media.*

**Keywords:** *museum, ethnobotanical, natural history, promotional media, visitor attraction*

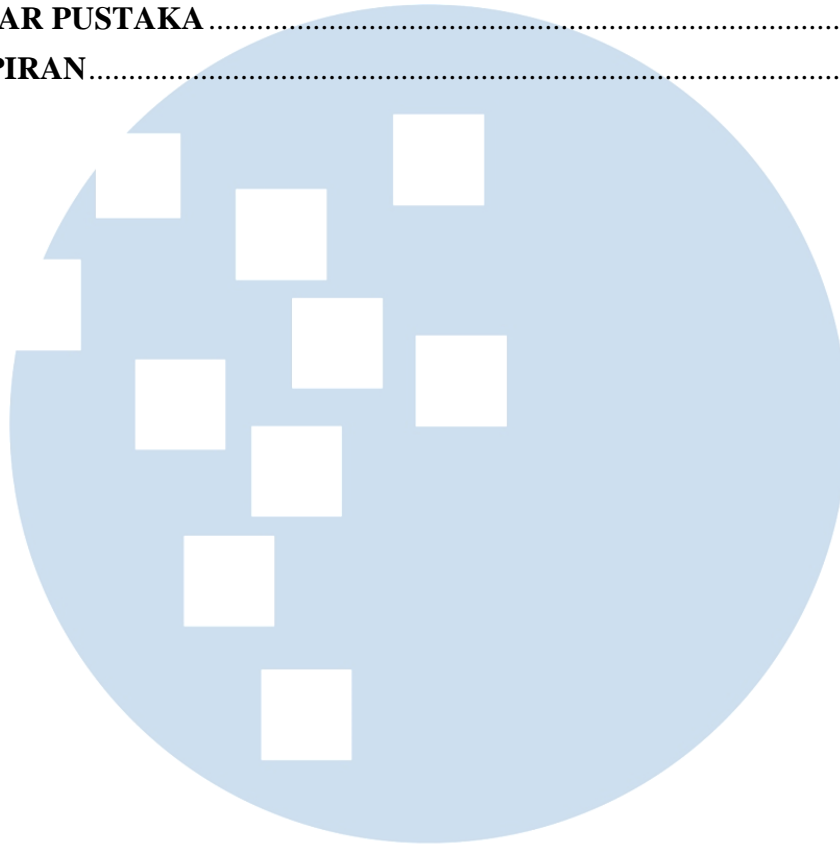
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1 Desain Grafis .....	5
2.1.1 Fungsi Desain .....	5
2.1.2 Elemen Desain .....	5
2.1.3 Prinsip Desain .....	9
2.1.4 <i>Grid</i> .....	16
2.1.5 Tipografi .....	21
2.2 Fotografi .....	26
2.2.1 Komposisi Fotografi .....	26
2.2.2 Teknik <i>Point of View</i> dalam Fotografi .....	30
2.2.3 Color Adjustment .....	34
2.3 Copywriting .....	36
2.3.1 Komponen Copywriting .....	36
2.4 Media Promosi .....	37

2.5	<i>Segmentation, Targetting dan Positioning</i> .....	37
2.5.1	<i>Segmentation</i> .....	38
2.5.2	<i>Targetting</i> .....	39
2.5.3	<i>Positioning</i> .....	40
2.6	<i>Museum</i> .....	41
2.6.1	<i>Jenis-Jenis Museum</i> .....	41
2.6.2	<i>Fungsi Museum</i> .....	42
2.7	<i>Museum Nasional Sejarah Alam Indonesia</i> .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....		45
3.1	<i>Metodologi Penelitian</i> .....	45
3.1.1	<i>Metode Kualitatif</i> .....	45
3.1.2	<i>Metode Kuantitatif</i> .....	65
3.2	<i>Metodologi Perancangan</i> .....	70
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....		72
4.1	<i>Strategi Perancangan</i> .....	72
4.1.1	<i>Orientation</i> .....	72
4.1.2	<i>Analysis</i> .....	72
4.1.3	<i>Concepts</i> .....	77
4.1.4	<i>Design</i> .....	81
4.1.5	<i>Implementation</i> .....	100
4.2	<i>Analisa Perancangan</i> .....	105
4.2.1	<i>Analisis Media Promosi Instagram Post</i> .....	105
4.2.2	<i>Analisis Media Promosi Instagram Story</i> .....	107
4.2.3	<i>Analisis Desain Media Website</i> .....	108
4.2.4	<i>Analisis Desain Media Roll Up Banner</i> .....	109
4.2.5	<i>Analisis Desain Media Billboard</i> .....	109
4.2.6	<i>Analisis Desain Banner Angkutan Umum</i> .....	109
4.2.7	<i>Analisis Desain Merchandise</i> .....	110
4.2.8	<i>Bimbingan Spesialis</i> .....	110
4.3	<i>Budgeting</i> .....	111
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		112
5.1	<i>Simpulan</i> .....	112

<b>5.2 Saran</b> .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xv

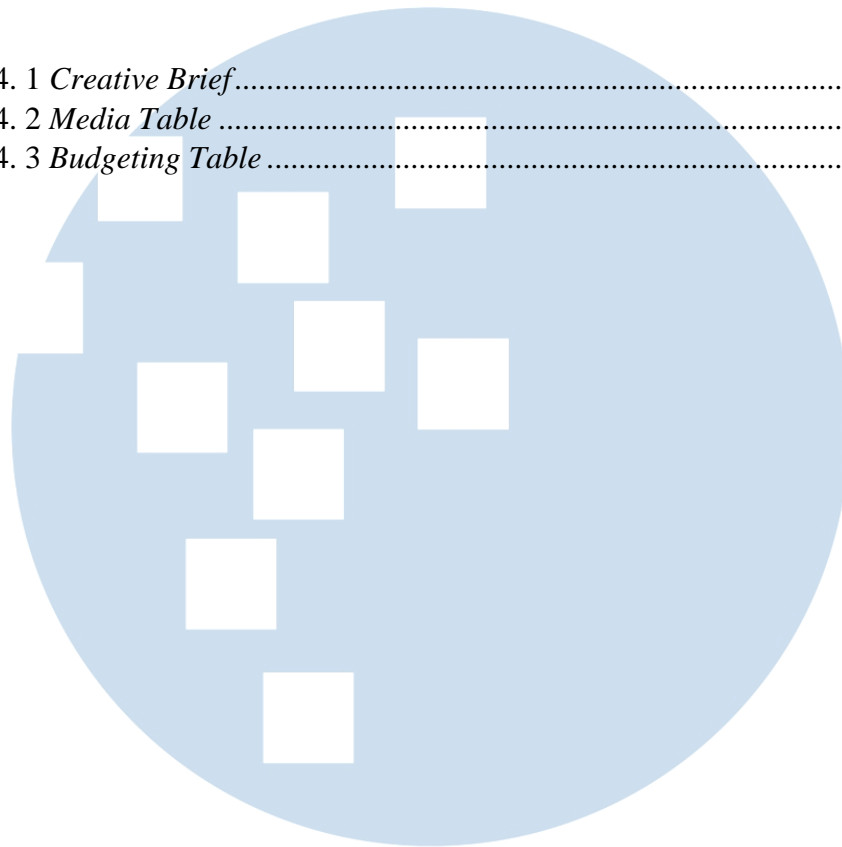


**UMMN**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 <i>Creative Brief</i> .....	73
Tabel 4. 2 <i>Media Table</i> .....	75
Tabel 4. 3 <i>Budgeting Table</i> .....	111



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tipe Elemen Garis pada Logo.....	6
Gambar 2. 2 Tipe Elemen Bentuk pada Logo.....	6
Gambar 2. 3 Chart Hue, Value, dan Saturation.....	7
Gambar 2. 4 Chart RGB dan CMYK.....	8
Gambar 2. 5 Karya Digital yang menggunakan elemen Tekstur Visual.....	9
Gambar 2. 6 Bentuk Format pada periklanan Media Digital.....	10
Gambar 2. 7 Bentuk Logo dengan Keseimbangan Simetris.....	11
Gambar 2. 8 Bentuk Logo dengan Keseimbangan Asimetris.....	11
Gambar 2. 9 Bentuk Logo dengan Keseimbangan Radial.....	12
Gambar 2. 10 Emphasis Isolation, Placement, Scale, Contrast, dan Pointers.....	12
Gambar 2. 11Bentuk Karya Visual Irama menggunakan Tipe Reptisi.....	13
Gambar 2. 12Bentuk Karya Visual Irama menggunakan Tipe Variasi.....	14
Gambar 2. 13 Bentuk Logo menggunakan teori Gestalt.....	14
Gambar 2. 14 Law of Perceptual Organization.....	16
Gambar 2. 15 Anatomy of Grid.....	18
Gambar 2. 16 Single Column Grid.....	19
Gambar 2. 17Mutlicolumn Grid.....	19
Gambar 2. 18 Modular Grid.....	20
Gambar 2. 19 Hierarchical Grid.....	21
Gambar 2. 20 Typography Anatomy.....	23
Gambar 2. 21 Huruf Serif.....	24
Gambar 2. 22 Huruf Sans Serif.....	24
Gambar 2. 23 Huruf Script.....	25
Gambar 2. 24 Huruf Gothic.....	25
Gambar 2. 25 Huruf Display.....	26
Gambar 2. 26 Fotografi Rule of Third.....	26
Gambar 2. 27 Fotografi Balance and Symmetry.....	27
Gambar 2. 28 Fotografi Framing.....	27
Gambar 2. 29 Fotografi Leading Lines.....	28
Gambar 2. 30 Fotografi Depth.....	28
Gambar 2. 31 Fotografi Light and Shadow.....	29
Gambar 2. 32 Fotografi Color and Texture.....	29
Gambar 2. 33 Fotografi Point of View.....	30
Gambar 2. 34 Fotografi Teknik Eye Level.....	31
Gambar 2. 35 Fotografi Teknik High Angle.....	31
Gambar 2. 36 Fotografi Teknik Low Angle.....	32
Gambar 2. 37 Fotografi Teknik Bird's Eye View.....	32
Gambar 2. 38 Fotografi Teknik Worm's Eye View.....	33
Gambar 2. 39 Fotografi Teknik Dutch Angle.....	33
Gambar 2. 40 Perubahan Fotografi dengan Color Adjustment.....	34

Gambar 3. 1 Wawancara bersama Koordinator MUNASAIN.....	46
Gambar 3. 2 Wawancara bersama Amelia Ruby .....	51
Gambar 3. 3 FGD Bersama Pengunjung Narasumber .....	56
Gambar 3. 4 Observasi pada media konvensional MUNASAIN.....	58
Gambar 3. 5 Observasi pada luar bangunan MUNASAIN .....	59
Gambar 3. 6 Observasi pada lantai 1 MUNASAIN.....	60
Gambar 3. 7 Observasi pada lantai dasar MUNASAIN .....	60
Gambar 3. 8 Profil sosial media Instagram MUNASAIN .....	61
Gambar 3. 9 Profil sosial media Facebook MUNASAIN.....	61
Gambar 3. 10 Profil sosial media Twitter MUNASAIN.....	62
Gambar 3. 11 Profil sosial media Museum TIM(Taman Ismail Marzuki) .....	64
Gambar 3. 12 Profil sosial media Museum Tumurun .....	65
Gambar 3. 13 Kuesioner MUNASAIN 1 .....	67
Gambar 3. 14 Kuesioner MUNASAIN 2.....	68
Gambar 3. 15 Kuesioner MUNASAIN 3.....	68
Gambar 3. 16 Kuesioner MUNASAIN 4.....	69
Gambar 3. 17 Kuesioner MUNASAIN 5.....	70
Gambar 4. 1 Mindmap Perancangan.....	77
Gambar 4. 2 Referensi Moodboard Desain.....	78
Gambar 4. 3 Referensi Moodboard Fotografi .....	79
Gambar 4. 4 Referensi Moodboard Warna .....	80
Gambar 4. 5 Referensi Moodboard Tipografi.....	81
Gambar 4. 6 Sketsa Key Visual Pertama .....	82
Gambar 4. 7 Sketsa Key Visual Kedua.....	83
Gambar 4. 8 Aset Visual Fotografi .....	83
Gambar 4. 9 Before & After Colorgrading Aset.....	84
Gambar 4. 10 Detail Penggunaan Tool pada Colograting. ....	85
Gambar 4. 11 Aset Visual Digital Imaging.....	85
Gambar 4. 12 Big Picture Layout .....	86
Gambar 4. 13 Penggunaan Grid Layout KV.....	87
Gambar 4. 14 Pengaturan Layer & Tools KV.....	88
Gambar 4. 15 Penggunaan Grid LayouTT KV.....	89
Gambar 4. 16 Pengerjaan KV Konten Branding.....	90
Gambar 4. 17 Final Visual Konten Branding .....	90
Gambar 4. 18 Final Visual Konten Informative .....	91
Gambar 4. 19 Final Visual Konten Persuasive .....	91
Gambar 4. 20 Gaya Streamline pada Konten MUNASAIN .....	92
Gambar 4. 21 Final Visual IG Story .....	92
Gambar 4. 22 Penggunaan Row Grid pada Website.....	93
Gambar 4. 23 Homepage Awal dari Website.....	94

Gambar 4. 24 Homepage Tengah dari Website .....	94
Gambar 4. 25 Homepage Bawah dari Website .....	95
Gambar 4. 26 Homepage Akhir dari Website .....	95
Gambar 4. 27 Media Page dari Website .....	96
Gambar 4. 28 Navigation Page dari Website .....	96
Gambar 4. 29 Desain Roll Up Banner Modular Grid .....	97
Gambar 4. 30 Desain Billboard Modular Grid .....	98
Gambar 4. 31 Desain Banner Angkutan Umum .....	98
Gambar 4. 32 Mockup Tote Bag .....	99
Gambar 4. 33 Mockup Tumbler .....	100
Gambar 4. 34 Mockup Baju .....	100
Gambar 4. 35 Mockup Instagram Post (1) .....	101
Gambar 4. 36 Mockup Instagram Post (2) .....	102
Gambar 4. 37 Mockup Instagram Story .....	102
Gambar 4. 38 Mockup Website .....	103
Gambar 4. 39 Wireframing Website MUNASAIN .....	103
Gambar 4. 40 Mockup Roll Up Banner .....	104
Gambar 4. 41 Mockup Billboard .....	104
Gambar 4. 42 Mockup Banner Angkutan Umum .....	105

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xv
Lampiran B Transkrip Wawancara.....	xvii
Lampiran C Kuesioner.....	xvi
Lampiran D Turnitin.....	xxxiii



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA