

BAB V

PENUTUP

4.2 Simpulan

Museum Siginjei merupakan museum Provinsi Jambi yang memiliki visi dan misi dalam melestarikan koleksi sejarah maupun kebudayaan daerah. Keberagaman koleksi yang dimiliki oleh museum ini terdiri atas 10 jenis klasifikasi koleksi utama yang merepresentasikan kebudayaan lokal. Latar belakang pendirian Museum Siginjei merupakan salah satu tujuan sebagai pelestarian sejarah dan kebudayaan khas daerah Jambi kepada masyarakat agar nilai – nilai yang terkandung tidak luntur serta dapat diwariskan kepada generasi seterusnya. Keberagaman koleksi langka khas Jambi merupakan faktor dari keunikan yang membedakan dengan museum pada umumnya di Indonesia.

Permasalahan yang dihadapi oleh Museum Siginjei berkenaan dengan tidak adanya suatu identitas visual yang mampu mencerminkan citra dan karakteristik dari museum. Sejak 43 tahun berdiri, Museum Siginjei menggunakan logo dari Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Provinsi Jambi yang tidak memiliki keterkaitan dengan identitas dari museum. Sehingga, berdasarkan permasalahan tersebut, masyarakat menjadi tidak *aware* dan *recognize* terhadap brand museum dikarenakan belum adanya suatu identitas visual yang mencerminkan keunikan dari Museum Siginjei. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis berupaya untuk melakukan perancangan identitas visual yang sesuai dengan citra dan karakteristik dari Museum Siginjei yang hasil akhir dirangkum dalam buku panduan (*Graphic Standard Manual*) untuk dijadikan pedoman dalam penggunaan identitas visual yang telah dirancang.

Sebelum dilakukannya perancangan terhadap identitas visual, penulis terlebih dahulu melakukan research baik kepada pihak museum, pengunjung, calon pengunjung bahkan observasi ke lokasi secara langsung untuk memperoleh insight yang bermanfaat bagi perancangan ini. Observasi pada lokasi Museum Siginjei dilakukan dengan tujuan agar penulis mampu mengamati behaviour dari pengunjung,

tata letak museum secara keseluruhan dan permasalahan desain pada museum yang dapat dijadikan solusi perancangan desain. *Insight* yang diperoleh setelah melakukan metode pengumpulan data menghasilkan bahwa Museum Siginjei merupakan pusat informasi mengenai sejarah dan kebudayaan Provinsi Jambi yang dapat dijadikan sebagai destinasi wisata edukatif.

Berdasarkan data yang telah diperoleh, penulis kemudian melakukan perancangan berdasarkan ide maupun *tone of voice* yang telah dirumuskan, yaitu “*Enlighten the True Essence of Bumi Heritage in the Lens of Curiosity*” beserta *tone of voice* “*obscure dan “fascinating*”. Hasil karya logo dari Museum Siginjei merupakan jenis *Wordmark* yang menggambarkan huruf ‘m’ dan ‘s’ yang merupakan inisial dari Museum Siginjei. Perancangan bentuk *wordmark* juga merupakan jenis logo yang memiliki unsur kebaharuan dan mudah untuk diaplikasikan pada segala keperluan. Sesuai dengan target audiens yang dituju, yaitu 12 – 17 tahun, penerapan identitas visual juga diaplikasikan secara konsisten sesuai dengan target masyarakat Jambi, dalam lingkup Pulau Sumatra dan sekitarnya.

Perancangan pada media sekunder juga memerhatikan kesesuaian penggunaan terhadap target audiens yang dituju (pelajar). Terdapat juga keseluruhan konten yang disajikan dengan strategi visual maupun komunikasi yang disesuaikan dengan target psikografis dan *behavioural* dari audiens. Perancangan media sekunder juga tidak melupakan aspek utama, yaitu mewujudkan visi dan misi museum melalui konten informatif bagi target. Penulis berharap hasil akhir dari perancangan dapat serta merta dapat merepresentasikan citra dan karakteristik dari Museum Siginjei sebagai pusat pelestarian sejarah dan kebudayaan khas Provinsi Jambi sehingga mampu meningkatkan *brand awareness* maupun *brand recognition* baik dari dalam daerah Jambi, luar daerah hingga kancan Internasional.

4.3 Saran

Dalam proses perancangan identitas visual, penulis memiliki beberapa pengalaman yang hendak disampaikan, mulai dari proses pengumpulan data hingga akhir dari perancangan karya. Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan adalah terdapat suatu identitas visual yang mampu mencerminkan

karakteristik dan citra dari Museum Siginjei, sehingga keberadaannya dapat lebih dikenal dan diingat oleh masyarakat. Penulis juga memiliki harapan terhadap penelitian yang dilakukan dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa selanjutnya. Berikut merupakan beberapa saran yang hendak disampaikan.

1. Saran Teoritis

Pengumpulan data sebaiknya menggali informasi lebih dalam mengenai lembaga non-profit dikarenakan fungsi sosial dari museum juga memiliki kontribusi terhadap strategi perancangan. Hal ini yang menjadi faktor pembeda dari strategi perancangan lembaga profit dengan lembaga *non-profit*. Oleh karena itu, penelitian juga memerlukan research mengenai *brand equity* dari lembaga agar sasaran solusi menjadi tepat.

Pengumpulan data dan riset mengenai lembaga sebaiknya dilakukan secara terperinci mulai dari koleksi, keunikan, *value*, tujuan museum, target audiens dan aspek lainnya yang mendukung perancangan. Terdapat juga tambahan mengenai pemahaman atas latar belakang didirikannya museum sehingga dalam proses perancangan, semua aspek akan memiliki arti dan makna yang selaras dengan visi dan misi museum.

2. Saran Praktis

Dalam merancang sebuah *brand guidelines*, alangkah baiknya menggunakan sudut pandang dari pihak eksternal agar mampu mengetahui apakah penulisan konten sudah cukup jelas tersampaikan. Hal ini berkaitan dengan kekurangan dari GSM penulis pada bagian layout serta aturan – aturan penggunaan logo yang beberapa masih belum tercantum didalamnya, terdapat juga penggunaan mockup yang tidak sesuai dengan realitas Museum Siginjei. Selain itu, penulis memperoleh masukan pada sidang akhir yang merujuk pada GSM yang memerlukan penambahan konten-konten yang belum disajikan, baik berkaitan dengan hasil perancangan maupun panduan penggunaan identitas visual.

Adapula saran mengenai target audiens dari perancangan yang dapat diperluas kembali menjadi segmen dewasa muda yang berusia 17 – 25 tahun sebagai pengunjung dari Museum Siginjei agar nilai sejarah maupun kebudayaan khas daerah tidak luntur. Peneliti juga harus memerhatikan *timeline* dari setiap pengumpulan karya baik dari tahap awal hingga akhir supaya pada saat proses perancangan dapat sesuai dengan ide maupun konsep yang telah dirancang sebelumnya. Hal ini dikarenakan revisi di awal perancangan yang disebabkan karena penulis tidak memerhatikan mood board dari perancangan sehingga benang merah antara desain dan perumusan ide serta konsep tidak memiliki keterikatan.

