

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dalam merancang identitas museum, penulis membuat identitas visual berbentuk logo, dengan tujuan untuk menyegarkan kembali identitas museum saat ini dan meningkatkan *awareness* masyarakat khususnya masyarakat lokal Bogor. Logo baru dirancang dengan mengikuti acuan *big idea* yang telah ditentukan yaitu “*Seek The Eternal Spirit*” dimana identitas yang baru menunjukkan kesan semangat dari pahlawan yang sudah berjuang untuk kemerdekaan Indonesia. Logo yang baru ingin dirancang lebih modern dibandingkan logo yang lama, namun masih ingin mempertahankan kesan *historical*-nya. Hal ini dicapai dengan logo icon berupa pahlawan, *basic shape* bangunan museum, serta kesan modern melalui elemen tipografi.

Identitas yang dirancang sudah terlihat modern sehingga relevan dengan perkembangan zaman, sehingga menjawab mispersepsi dari masyarakat terhadap Museum Perjuangan Bogor yang dianggap sudah kuno. Dapat disimpulkan bahwa identitas baru Museum Perjuangan Bogor sudah konsisten dalam pengaplikasiannya di berbagai media. Identitas berupa logo juga sudah menyampaikan tujuan museum dan memberikan kesan semangat. Agar identitas visual museum tetap konsisten, penulis juga merancang *Graphic Standard Manual* sebagai panduan bagi Museum Perjuangan Bogor dalam mengaplikasikan identitasnya di berbagai media, sehingga museum terlihat profesional dan konsisten dalam menggunakan identitasnya.

5.2 Saran

Pada akhir perancangan ini, penulis ingin memberikan saran kepada penulis, mahasiswa, dan kepada Universitas. Dengan adanya saran ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak lain dalam melakukan perancangan yang serupa agar menjadi lebih baik lagi.

1. Dosen/peneliti

Saran bagi mahasiswa ditulis dan ditujukan bagi mahasiswa yang akan meneliti atau mengambil Tugas akhir dengan topik serupa yaitu *rebranding* Museum. berikut merupakan beberapa saran yang diberikan kepada peneliti yang melakukan penelitian serupa:

- a. Mengatur waktu dan membuat *timeline* untuk perancangan dari awal hingga akhir selama empat bulan, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir sesuai dengan timeline dan tidak kewalahan.
- b. Melakukan wawancara tidak hanya kepada kepala Museum, dapat melakukan wawancara kepada pengunjung museum yang datang.
- c. Menentukan media sekunder yang masih relevan dengan masa sekarang dan yang masih relevan dengan target perancangan.
- d. *Guide* implementasi supergrafis meliputi Banner dan Instagram Feeds perlu ditambahkan dalam GSM dan supergrafis diimplementasikan di media yang tidak menggunakan logo, fungsinya untuk mewakili identitas museum tanpa ada logo museum tersebut.

2. Universitas

Universitas Multimedia Nusantara telah banyak membantu penulis dalam proses penulisan laporan Tugas Akhir ini. Berikut merupakan beberapa saran yang diberikan kepada Universitas:

- a. Menambahkan panduan untuk mengubah *formatting page number* pada bagian lampiran sehingga tidak kebingungan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA