

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Dalam proses perancangan identitas visual ini, terdapat subjek perancangan yang akan digunakan untuk memberikan pembatas antar variable, dilakukannya hal ini agar dapat memperjelas fokus terhadap objek atau target perancangan ini, subjek perancangan akan berdasarkan beberapa kategori seperti berikut:

3.1.1 Demografis

1. Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki
2. Usia : 17 – 25 Tahun

Menurut dari Rahmat (2018, h.139), remaja yang sedang mengalami fase peralihan dari anak-anak ke fase dewasa yang ditandai dengan perubahan matan yang terjadi pada bagian reproduksinya, merupakan remaja yang sedang melewati masa pubertasnya. Pada fase ini, remaja termasuk dalam generasi Z yang biasanya lahir pada tahun 1998 – 2009, jika di konversikan menjadi umur sekitar 16 sampai 27 tahun (Qalban et al., 2022). Maka dari itu, remaja akhir atau biasa disebut generasi Z ini dalam kebiasannya cenderung memiliki minat berkunjung ke wisata yang memiliki prefensi visual yang menarik yang dapat meningkatkan pengalaman visual bagi mereka (Gofar dan Chrismardani, 2024).

3. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Karyawan
4. Tingkat Ekonomi : SES C – B, yang berkisar Rp. 1.500.001 hingga Rp. 5.000.000 menurut dari Data Profil Konsumen Indonesia (Realdi, 2022). Keputusan mayarakat dalam mengunjungi sebuah tempat wisata sebagian besar bergantung dalam pendapatan personal, anggaran perjalanan dan juga waktu yang akan ditempuh saat mengunjungi tempat wisata (Fadilah, 2018)

3.1.2 Geografis

1. Negara : Indonesia
2. Provinsi : Jawa Timur
3. Wilayah : Kabupaten Sidoarjo dan wilayah Jawa Timur

Kabupaten Sidoarjo dan wilayah Jawa Timur menjadi pilhan segmentasi dalam perancangan identitas visual Museum Mpu Tantular Sidoarjo, menurut dari staff museum Mpu Tantular, kebanyakan pengunjung dari museum adalah kunjungan dari para pelajar ataupun mahasiswa yang berada di Jawa Timur (Fajari & Abidin, 2024), hal itu terjadi karena kebanyakan koleksi yang dipamerkan merupakan koleksi budaya yang sering didapatkan di wilayah Jawa Timur.

3.1.3 Psikografis

1. Remaja yang memiliki ketertarikan kepada sejarah dan juga budaya dari wilayah Indonesia
2. Remaja yang sering mengunjung museum sebagai destinasi wisata yang menunjang nilai edukasi
3. Remaja yang memiliki keputusan mengunjung tempat wisata dengan melihat aspek visual dari *branding* tempat wisata.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam membuat penelitian ini, penulis menggunakan metode perancangan desain yang menjadi pedoman dalam perancangan identitas visual Museum Mpu Tantular Sidoarjo, metode perancangan desain ini akan menggunakan teori menurut dari Alina Wheeler dalam bukunya yang memiliki judul yaitu “*Designing Brand Identity*”, yang mengacu dalam 5 tahap yaitu ada tahap pertama *conducting research*, yang kedua ada *clarifying strategy*, yang ketiga adalah *designing identity*, lalu untuk yang keempat adalah *creating touchpoints*, dan yang terakhir ada *managing assets*. Kelima tahap tersebut akan menjadi pendekatan terhadap proses pembuatan identitas visual agar dibuat secara sistematis dan sesuai dengan urutan tahapan yang telah ditentukan.

1. *Conducting Research*

Pada tahap awal ini, penulis akan melakukan pengumpulan data terkait informasi mengenai Museum Mpu Tantular yang berada di Sidoarjo, dan data tersebut terdiri dari dua kategori, data primer dan juga data sekunder, untuk data primer akan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan kegiatan observasi langsung di Museum Mpu Tantular Sidoarjo, observasi akan digunakan untuk mengamati secara langsung bagaimana kondisi museum secara visual dan juga mengamati *behaviour* dari pengunjung yang berkunjung kesana secara langsung. Data primer selanjutnya adalah melakukan wawancara bersama pihak dari pengelola museum, untuk menggali lebih lanjut mengenai data tentang museum, seperti latar belakang mengenai museum dan juga persepsi mereka mengenai museum Mpu Tantular. Selain itu juga penulis juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner untuk medapatkan data mengenai persepsi masyarakat terhadap perilaku mereka saat keputusan mereka mengunjui wisata museum. Sementara itu data sekunder akan diperoleh dengan menggunakan studi eksisting, dengan menggunakan metode tersebut penulis bertujuan untuk memperoleh sumber preferensi terhadap penelitian yang sudah ada sebelumnya.

2. *Clarifying Strategy*

Setelah semua data informasi mengenai Museum Mpu tantular Sidoarjo baik data primer maupun data sekunder telah terkumpul, penulis akan melakukan analisa dan juga menggabungkan informasi, difase ini penulis akan menganalisa terhadap strategi apa yang akan digunakan untuk merancang identitas visual dengan baik, dari segi perilaku wisatawan terhadap museum. Setelah mendapatkan strategi yang akan digunakan

penulis akan melakukan pembuatan *mindmapping*, penentuan *keyword*, dan *big idea*, *color palatte* dan juga *moodboard* yang menjadi langkah awal dalam proses pendalaman pembuatan desain dengan mengekplorasi visual untuk menentukan gaya visual yang cocok.

3. *Designing Identity*

Pada fase ketiga ini, setelah melakukan pembuatan *moodboard* dan mencari strategi yang cocok, penulis melanjutkan dengan mulai merealisasikan ide dan konsep yang telah ditentukan, mulai dari pembuatan elemen-elemen visual seperti identitas visual yang meliputi seperti logo, media promosi *offline* dan secara *online*, dan juga *signage* yang akan digunakan sebagai arah petunjuk bagi wisatawan yang berkunjung ke Museum Mpu Tantular Sidoarjo, pembuatan media akan dibuat dengan menggunakan gaya yang sesuai dengan gaya visual yang menyelaraskan dengan preferensi zaman sekarang agar dapat beradaptasi terhadap para masyarakat saat ini, dimana desain akan memperhatikan konsistensi terhadap setiap media yang akan dibuat.

4. *Creating Touchpoints*

Setelah pembuatan elemen visual utama seperti logo dan media promosi, selanjutnya adalah pembuatan *touchpoints*. *Touchpoints* sendiri akan mencakup seperti pembuatan media dan juga pembuatan media tambahan seperti *merchandise*, setiap media yang akan dibuat akan tetap mengikuti dengan identitas visual atau branding yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya, dan juga tahap ini dibuat untuk membantu dalam memperluas jangkauan branding museum terhadap pengunjung, dengan melalui penerapan visual yang konsisten dan juga strategis di berbagai media juga dapat memperkuat citra museum atau branding museum terhadap masyarakat sekitar.

5. Managing Assets

Tahap terakhir dalam pembuatan desain adalah mengelola seluruh aset visual yang telah dibuat dalam bentuk GSM atau *Graphic standard manual*. Dibuatnya GSM di gunakan untuk dapat menjaga konsistensi terhadap penggunaan identitas visual dalam berbagai media yang telah dibuat, seperti berisi ketentuan seperti logo, warna, tipografi, dan juga pengaplikasian desain terhadap berbagai media.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Proses dalam pengumpulan data untuk perancangan identitas visual Museum Mpu Tantular Sidoarjo ini, penulis menggunakan beberapa metode yang dilakukan untuk mendapatkan data primer dan sekunder mengenai museum yang dapat menjadi acuan utama dalam proses perancangan ini.

3.1.1 Observasi

Observasi dalam aspek penilitian merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti melakukan pengamatan dan juga merekam semua kejadian yang terjadi secara langsung di lapangan dengan tidak melaukukan kecurangan dalam melakukan hal tersebut (Wani et al., 2024).

Dalam melakukan perancangan ini, observasi akandilakukan dengan menggunakan teknik observasi non partisipan, observasi non partisipan merupakan observasi yang dimana penelitiya tidak ikut serta secara langsung dalam kegiatan observasi, hanya mengamati saja tidak melakukan tindakan secara langsung (Rini et al., 2022, h.12)

Metode observasi akan dilakukan secara langsung di Museum Mpu Tantular Sidoarjo pada tanggal 15 Septemver 2025, dilakukannya observasi ini memiliki tujuan yaitu guna untuk memperoleh data mengenai kondisi secara

nyata mengenai museum, koleksi yang dipajang, dan khususnya terhadap aspek visual museum, serta tidak lupa mengenai perilaku pengunjung. Tetapi selain observasi secara langsung ketempat, penulis juga melakukan observasi secara daring, observasi akan dilakukan dengan mengamati akun media sosial yang dimiliki oleh museum Mpu Tantular yang terkait dengan aspek visual yang dimiliki oleh akun Instagram dari museum.

3.1.2 Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan antara pewawancara dan narasumber dengan berhadapan langsung secara tatap muka, hal itu dilakukan untuk mendapatkan sebuah informasi atau data yang akan digunakan untuk menjadi bahan utama dalam suatu penelitian. Biasanya wawancara ini dilakukan hanya perseorangan tidak berkelompok dengan yang lainnya (Rivaldi et al., 2023).

Selain melakukan pengamatan, penulis juga menggunakan metode wawancara, wawancara sendiri di bagi menjadi dua yaitu wawancara bersama ketua UPT dari museum Mpu Tantular Sidoarjo yaitu Bapak Sadari, S.Sn, dan yang wawancara bersama pengunjung museum Mpu Tantular. Dilakukannya wawancara adalah untuk mendapatkan data informasi secara lebih mendetail terhadap museum Mpu Tantular Sidoarjo dan juga persepsi lain dari *branding*.

1. Wawancara dengan Ketua Pelaksana UPT Museum Mpu Tantular Sidoarjo

Wawancara akan dilakukan dengan Bapak Sadari, S.Sn. selaku Ketua UPT Museum Mpu Tantular Sidoarjo, wawancara akan dilakukan guna untuk mendapatkan *insight* mengenai latar belakang Museum Mpu Tantular Sidoarjo, yang meliputi sejarah museum, visi dan misi museum, tata cara pengelolaan koleksi pameran, dan tentunya perilaku dari pengunjung museum. Upaya ini dilakukan bukan hanya untuk mendapatkan data informasi mengenai museum saja, tetapi juga dapat memberikan wawasan terhadap bagaimana persepsi ketua pengelola terhadap museum itu sendiri, selanjutnya adalah pertanyaan

yang akan digunakan untuk wawancara bersama narasumber:

1. Jika berkenan, apakah anda dapat memperkenalkan diri dan peran yang sedang anda lakukan saat ini?
2. Bagaimana sejarah dari berdirinya Museum Mpu Tantular?
3. Apakah ada filosofi dari nama “Mpu Tantular” itu sendiri?
4. Apa visi dan misi utama dari museum ini?
5. Berapa jumlah rata-rata pengunjung museum? Dan siapa yang menjadi target utama pengunjung saat ini?
6. Koleksi seperti apa yang paling sering dikunjungi dan dapat menarik perhatian para pengujung?
7. Apa tantangan yang biasanya dialami museum dalam menjalankan perannya?
8. Menurut anda, apa daya tarik atau keunggulan utama dari wisata Museum Mpu Tantular yang membedakan dari museum lain di Jawa Timur?
9. Fasilitas atau program seperti apa yang telah dilakukan museum?
10. Bagaimana menurut anda mengenai image atau persepsi dari museum?
11. Menurut Bapak/Ibu, apakah identitas visual dapat membantu menonjolkan keunikan museum?
12. Mengapa museum Mpu Tantular sejauh ini belum memiliki identitas visual secara resmi?
13. Apa harapan yang dinginkan untuk kedepannya dari perkembangan Museum Mpu Tantular dalam aspek identitas visual?

2. Wawancara dengan Pengunjung Museum Mpu Tantular Sidoarjo

Selain wawancara bersama pengelola museum, penulis juga melakukan wawancara bersama pengunjung dari museum Mpu Tantular. Dilakukannya wawancara bersama pengunjung untuk dapat lebih menggali lebih dalam pengalaman pengunjung terhadap museum dan dapat memahami

kebutuhan pengunjung terkait informasi yang sudah ada di museum. Selain itu juga wawancara ini juga guna mendapatkan Keputusan mereka memilih mengunjungi wisata museum. Dan berikut adalah beberapa pertanyaan yang akan di paparkan kepada pengunjung:

1. Darimana anda mengetahui Museum Mpu Tantular Sidoarjo?
2. Biasanya bagaimana cara anda untuk mendapatkan informasi mengenai seputar wisata museum?
3. Apakah anda sering mengunjungi museum? Dan apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi museum ini?
4. Dari semua koleksi yang ada, koleksi apa yang paling menarik perhatian anda?
5. Menurut anda, kata seperti apa yang muncul saat mendengar nama museum ini?
6. Menurut anda, apa yang membedakan museum ini dari museum lain yang pernah anda kunjungi?
7. Menurut anda, apa kelebihan dan kekurangan yang ditemukan setelah mengunjungi museum ini?
8. Menurut anda apakah identitas visual berperan penting untuk museum?
9. Apa harapan dari anda terhadap identitas visual Museum Mpu Tantular kedepannya?

3.1.2 Kuesioner

Terakhir merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, metode ini diambil untuk menganalisa mengenai perilaku masyarakat Sidoarjo, dan wilayah Jawa Timur dalam *behaviour* masyarakat dalam memilih wisata ke museum. Kuesioner ini akan disebarluaskan dengan menggunakan *Google Form*. Selanjutnya responden akan ditujukan kepada Masyarakat yang berusia dari 17 tahun sampai 25 tahun. Berdomisili dari Sidoarjo atau wilayah Jawa Timur, dan dibawah ini merupakan pertanyaan kuesioner yang akan digunakan untuk menanyakan responden kuesioner:

Kuesioner diawali dengan pertanyaan *screening* pada *section* pertama. Bagian ini berfungsi untuk memastikan bahwa responden yang berpartisipasi dalam kuesioner ini sesuai dengan kriteria penelitian yang telah ditetapkan, sehingga terhindar dari perluasan subjek perancangan dan tetap relevan dengan objek penelitian. Selain itu, pertanyaan pada bagian ini juga bertujuan untuk membantu penulis memahami karakteristik setiap responden yang menjadi target perancangan identitas visual Museum Mpu Tantular.

Tabel 3. 1 Pertanyaan Kuesioner Section 1

No.	Pertanyaan Kuesioner	Pilihan Jawaban	Model Jawaban
SECTION 1			
1.	Nama	...	<i>Short Answer Text</i>
2.	Usia	<ul style="list-style-type: none"> • 17 – 20 • 21 – 23 • 24 - 30 	<i>Multiple Choice</i>
3.	Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> • Perempuan • Laki-laki 	<i>Multiple Choice</i>
4.	Domisili	<ul style="list-style-type: none"> • Sidoarjo • Jawa Timur (Selain Sidoarjo) • Jabodetabek 	<i>Multiple Choice</i>

5.	Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelajar • Mahasiswa • Other... 	<i>Multiple Choice</i>
----	-----------	--	------------------------

Setelah melakukan pertanyaan *screening* pada bagian awal, pada *section* kedua ini akan difokuskan untuk mengeksplorasi pengalaman responden terkait kunjungan ke museum. Pertanyaan yang disusun dalam bagian kedua ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebiasaan, frekuensi, serta alasan dari terbuatnya keputusan responden dalam memilih untuk berkunjung ke museum, selain itu juga pertanyanya juga dirancang untuk menggali lebih dalam mengenai persepsi mereka terhadap museum dalam tugasnya untuk melestarikan sejarah dan budaya.

Tabel 3. 2 Pertanyaan Kuesioner Section 2

SECTION 2 : Pengalaman Kunjungan Museum				
1.	Apakah Anda pernah berkunjung ke museum sebelumnya?	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah • Tidak 	Pernah Tidak	<i>Multiple Choice</i>
2.	Museum apa yang pernah anda kunjungi sebelumnya?	...		<i>Long Answer Text</i>
3.	Seberapa sering anda mengunjungi museum dalam setahun?	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari 5 kali • 4 -3 Kali • 2-1 Kali • Tidak 	Lebih dari 5 kali 4 -3 Kali 2-1 Kali Tidak	<i>Multiple Choice</i>

4.	Jika sering, faktor seperti apa museum yang menarik perhatian anda sehingga anda ingin berkunjung?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada pameran khusus ▪ Lokasi yang strategis ▪ Branding museum yang bagus ▪ Harga tiket yang terjangkau ▪ Sedang Trending ▪ Koleksi yang dipajang 	<i>Checkboxes</i>
5.	Apakah anda setuju bahwa museum berperan penting dalam melestarikan sejarah dan budaya?	<p>Sangat Setuju (1) to Sangat Tidak Setuju (2)</p>	<i>Linear Scale</i>
6.	Apakah anda pernah mendengar mengenai Museum Mpu Tantular?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pernah ▪ Mendengar ▪ Tidak ▪ Pernah 	<i>Multiple Choice</i>
7.	Jika iya, apakah anda pernah mengunjungi Museum Mpu Tantular?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ya ▪ Tidak 	<i>Multiple Choice</i>

Selanjutnya pada section ketiga ini, pertanyaan kuesioner akan memfokuskan terhadap pemahaman responden terkait aspek identitas visual dengan perfektif setiap individu. Pertanyaan di *section* ketiga ini akan Disusun agar menggali lebih dalam sejauh mana para responden mengetahui persepsi mereka terhadap pengaruh identitas visual bagi tempat wisata museum, apakah identitas visual tersebut dapat meningkatkan minat berkunjung mereka ke museum, dan aspek apa saja yang penting dalam sebuah identitas visual dalam penerepannya. Selain itu juga penulis juga menggunakan pertanyaan tentang prefensi para responden mengenai gaya visual apa yang cocok bagi identitas visual Museum Mpu Tantular.

Tabel 3. 3 Pertanyaan Kuesioner Section 3

SECTION 3: Identitas Visual				
1.	Berdasarkan beberapa postingan yang diunggah dari Instagram Museum Mpu Tantular, apakah anda dapat melihat identitas visual resmi seperti logo museum Mpu Tantular?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ya ▪ Tidak 	<i>Multiple Choice</i>	
2.	Menurut anda, apakah identitas visual berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berkunjung ke museum?	Sangat Berpengaruh (1) to Sangat Tidak Perpengaruh (6)	<i>Linear Scale</i>	
3.	Menurut anda, elemen identitas visual seperti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Logo ▪ Fotografi 	<i>Checkboxes</i>	

	apa yang sangat penting dalam sebuah museum?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maskot ▪ Ilustrasi 	
4.	Menurut anda, seberapa penting identitas visual (logo, warna, tipografi) dalam memperkuat citra museum?	Sangat Penting (1) to Sangat Tidak Penting (6)	<i>Linear scale</i>
5.	Apakah jika museum memiliki identitas visual/branding yang baik, apakah anda akan lebih tertarik untuk mengunjungi museum tersebut?	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak 	<i>Multiple Choice</i>
6.	Menurut anda, gaya visual seperti apa yang paling sesuai dengan museum Mpu Tantular? (Museum ini mengoleksi barang Arkeologi, Biologika, Geologika, dan peninggalan zaman Hindu-Buddha)	<ul style="list-style-type: none"> • Tradisional • Modern • Minimalis • Ilustratif • Fun • Artistik • Other... 	<i>Multiple Choice</i>

3.1.3 Studi Eksisting

Metode studi eksisting akan dilakukan untuk melakukan studi banding mengenai penelitian yang sudah ada sebelumnya, menganalisa terhadap kelemahan dan kekuatan yang telah ada sebelumnya yang akan digunakan untuk mengevaluasi media yang akan dibuat. Selain itu juga studi eksisting juga digunakan untuk menambahkan wawasan terhadap hasil penelitian yang sudah ada agar penulis dapat mengambil manfaat dari hasil karya yang ada.

3.1.4 Studi Referensi

Studi referensi dipilih guna untuk memahami strategi visual dari museum lain dengan melalui studi dengan beberapa museum lainnya dari segi visualnya dan melihat karakteristik dari identitas visual dari museum pembanding, dengan melakukan langkah ini penulis dapat menemukan aspek visual apa yang telah dicapai dan belum dikembangkan oleh museum lainnya. Museum yang dijadikan acuan dalam merancangan identitas visual ini antara lain adalah Museum Radya Pustaka Surakarta dan mengambil referensi logo Mangkunegaran.

