

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum di Tengah Kebun adalah museum pribadi yang didirikan oleh Sjahrial Djalil di atas lahan seluas 3.500 m² (Kementerian Pendidikan & Kebudayaan, 2018). Museum ini didirikan sejak tahun 2009 dan menyimpan lebih dari 4.000 koleksi warisan sejarah dan budaya dari 63 negara dan 21 provinsi di Indonesia, mencakup abad ke-7 hingga era *jurassic* (Kompas, 2022). Koleksi yang dimiliki beragam dari arca, lukisan, patung, wayang, topeng, keramik, perhiasan, furnitur hingga artefak peninggalan tokoh dunia yang semuanya koleksi pribadi Sjahrial Djalil. Museum ini lahir dari visi Sjahrial Djalil untuk menjadikan koleksi pribadinya sarana berbagi pengetahuan khususnya generasi muda agar tercipta peradaban yang lebih baik. Dikutip dari artikel Detik.com (2024), Museum Di Tengah Kebun pernah meraih penghargaan seperti Anugerah Purwakalaghra Museum Awards 2013 Kategori Museum Terbaik DKI Jakarta dan Penataan Koleksi, Anugerah Purwakalaghra Museum Award 2014 Kategori Museum Cantik, dan Penghargaan dari Direktorat Jenderal Imigrasi. Sebagai museum dengan nilai sejarah dan budaya yang tinggi, Museum di Tengah Kebun kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Kurang dikenalnya Museum di Tengah Kebun disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut observasi penulis, Museum di Tengah Kebun belum memiliki identitas visual *brand*. Tidak terdapat sistem identitas visual yang terintegrasi seperti logo, tagline, warna, tipografi, imagery, dan grid system. Selain itu, museum hanya mengandalkan *platform* Instagram yang pengelolaannya pasif dan hanya berisi dokumentasi suasana dan koleksi. *Signage* nama museum yang kurang mencolok serta tampilan depan berupa gerbang kayu turut membuat museum sulit ditemukan calon pengunjung. (Antara News, 2019).

Wheeler & Meyerson (2024) menyatakan identitas visual merupakan strategi dan aset untuk membangun kesadaran, meningkatkan eksposur, serta mengomunikasikan keunikan dan kualitas *brand*. Identitas visual *brand* juga meningkatkan daya ingat masyarakat terhadap suatu *brand* dan memperkuat asosiasi *brand* terhadap fungsinya (hlm. 40). Selain itu, *brand* berbasis pribadi (*owner-centric brand*) seperti Museum di Tengah Kebun membutuhkan identitas visual karena dibentuk oleh identitas personal dan nilai pendirinya. Dalam konteks ini, identitas visual harus ada untuk menerjemahkan nilai pendiri tersebut ke dalam bentuk *tangible* (Astner & Gaddefors, 2025; Yönel et al., 2026).

Dalam museum, Elhosiny et. al. (2023) identitas visual berperan penting dalam membentuk ekspektasi serta persepsi pengunjung museum. Identitas visual harus ada untuk mempengaruhi pengunjung, memperkaya wawasan pengunjung tentang museum, terlibat dalam kolaborasi, dan memberikan stimulus untuk kunjungan (Ferreiro-Rosense, 2022). Dengan tidak adanya identitas visual, museum mengalami kesulitan dikenal luas sebagai museum warisan sejarah dan budaya. Dengan merancang identitas visual yang representatif, diharapkan dapat menjadi modal Museum di Tengah Kebun untuk dikenal masyarakat sehingga tujuan edukatifnya tercapai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditetapkan, penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Museum di Tengah Kebun kurang dikenal sebagai destinasi warisan sejarah dan budaya karena letaknya yang tersembunyi serta pasifnya pengelolaan *platform* museum.
2. Museum di Tengah Kebun belum memiliki identitas visual *brand*.

Oleh karena itu, penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan identitas visual Museum di Tengah Kebun?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini difokuskan kepada *emerging adulthood* atau dewasa muda berusia 18–25 tahun, berdomisili di DKI Jakarta, dan memiliki minat terhadap sejarah dan budaya. Ruang lingkup perancangan akan difokuskan pada pembuatan identitas visual, penyusunan *touchpoint*, dan sistem identitas visual dalam *brand guideline* yang memposisikan Museum di Tengah Kebun sebagai warisan budaya dan sejarah.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dijabarkan, penulis bertujuan untuk membuat perancangan identitas visual Museum di Tengah Kebun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penelitian ini memiliki manfaat yang terbagi menjadi dua bagian:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya mengenai perancangan identitas visual. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan mengenai bagaimana identitas visual dapat diterapkan

untuk mengenalkan sebuah museum, sehingga dapat memperoleh kesadaran masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan manfaat bagi sejumlah pihak. Bagi penulis, penelitian ini menghadirkan kesempatan bagi penulis untuk memperluas pemahaman mengenai *visual brand design* yang diterapkan pada identitas visual. Selain itu, proses perancangan ini membantu penulis mengasah keterampilan dalam menyusun solusi desain yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

Bagi Museum di Tengah Kebun, diharapkan Museum di Tengah Kebun dapat memperkuat citra nya sebagai warisan sejarah dan budaya melalui perancangan identitas visual. Identitas visual dapat membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap museum serta memperluas jangkauan audiens di Jakarta.

Bagi Universitas Multimedia Nusantara, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan media pembelajaran bagi pihak universitas dan mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam merancang identitas visual.