

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Subjek Perancangan**

Berikut adalah subjek perancangan pada perancangan identitas visual Museum di Tengah Kebun:

##### **3.1.1 Demografis**

1. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
2. Usia : 18-25 tahun

Usia difokuskan pada 18–25 tahun, yaitu dewasa muda atau *emerging adulthood*. Istilah ini dicetuskan oleh J.J. Arnett untuk menggambarkan periode transisi menuju kedewasaan. Pada fase ini, individu ditandai dengan semangat mencari jati diri, fokus pada pengembangan dan minat diri, serta penuh harapan dan optimis membentuk masa depan (Arnett, 2015). Studi dari Network of European Museum Organisations (2015) menunjukkan akses terhadap budaya dan sejarah melalui museum berperan penting pada generasi muda dalam membentuk identitas, rasa memiliki antar komunitas, serta pengembangan diri. Hal ini sejalan dengan ungkapan pendiri museum, Sjahrial Djalil, yang menyatakan pada buku Museum di Tengah Kebun (2008) bahwa museum ini dipersembahkan sebagai wadah berbagi ilmu, khususnya generasi muda sebagai tumpuan peradaban yang lebih baik. Selain itu, penataan yang berkonsep rumah pribadi dengan koleksi terbuka tanpa vitrin (kaca pelindung) membuat segmen usia ini cocok karena mereka memiliki tingkat apresiasi dan kehati-hatian yang memadai dengan koleksi museum

3. Pendidikan : SMA/K Sederajat, D3, S1
4. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Karyawan, Wiraswasta
5. Tingkat Ekonomi : SES B-A

Menurut riset dari Hendrik (2020), kunjungan ke museum dikaitkan dengan kalangan menengah ke atas, dimana para pengunjung biasanya memiliki tingkat pendidikan serta pendapatan yang relatif tinggi. Data Badan Pusat Statistik yang diolah Talenta Data Indonesia menyatakan pengeluaran SES B berkisar Rp 3.000.000-5.000.000,- per bulan, sedangkan SES A1 & A2 memiliki pengeluaran Rp 5.000.001->7.500.000 per bulan (Dipstrategy, 2022). Karakteristik segmen ini diperkuat oleh Oktariani et al. (2025) yang menjelaskan bahwa kelompok dengan status sosial ekonomi tinggi cenderung berinvestasi lebih besar dalam pendidikan melalui penyediaan sumber daya akademik, praktik literasi, dan lingkungan belajar yang mendukung

### 3.1.2 Geografis

Segmentasi geografis difokuskan pada DKI Jakarta mengingat lokasi strategis Museum di Tengah Kebun di Kemang, Jakarta Selatan. Minat masyarakat Jakarta terhadap museum juga menunjukkan tren positif, dengan Museum Wayang mencatat 60.000 pengunjung pada Januari-Februari 2025 atau dua kali lipat dari tahun sebelumnya (ANTARA News, 2025), Museum Nasional mencetak rekor 12.735 pengunjung dalam satu hari (Tempo, 2025), dan Museum Sejarah Jakarta menerima 542.254 kunjungan pada 2022 yang meningkat tajam dari 2021 (Republika, 2023). Data ini membuktikan bahwa museum tetap menjadi destinasi yang diminati warga Jakarta.

### 3.1.3 Psikografis

Dalam perancangan ini, penulis mengelompokkan psikografis menjadi primer dan sekunder untuk menjangkau *behavioral* subjek perancangan dengan lebih luas. Subjek psikografis primer adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki minat terhadap sejarah dan budaya.
- b. Tertarik pada koleksi antik dan bernilai sejarah.
- c. Menyukai berkunjung ke museum, galeri, dan situs besejarah.
- d. Penggemar gaya arsitektur.

Subjek psikografis sekunder adalah sebagai berikut:

- a. Mencari destinasi yang memiliki keindahan alam.
- b. Memiliki hobi jalan-jalan atau *hangout*.
- c. Menyukai destinasi yang asri, tenang, dan alami.
- d. Mencari spot untuk fotografi atau konten

### **3.2 Metode dan Prosedur Perancangan**

Dalam merancang identitas visual Museum di Tengah Kebun, penulis menerapkan metodologi perancangan *Designing Brand Identity* oleh Alina Wheeler & Rob Meyerson (2024). Wheeler & Meyerson (2024) membagi proses perancangan menjadi lima tahap utama, yaitu *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*.

#### **3.2.1 Conducting Research**

Pada tahap ini, penulis melakukan penggalian data secara mendalam terkait Museum di Tengah Kebun. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif mencakup wawancara dengan pengelola, pemandu, serta pengunjung museum, *focus group discussion* (FGD), observasi, studi eksisting, dan studi referensi.

#### **3.2.2 Clarifying Strategy**

Setelah seluruh data terkumpul, penulis merumuskan temuan utama untuk dianalisis lebih lanjut. Proses ini dilakukan dengan metode *brainstorming* dan *mindmap* guna mengeksplorasi arah visual dan pesan yang sesuai dengan karakter dan target audiens museum. Penulis membuat *brand positioning*, *brand brief*, dan *big idea*. Semua elemen tersebut menjadi dasar pengembangan identitas visual.

#### **3.2.3 Designing Identity**

Setelah tahap strategi, proses berlanjut ke tahap *designing identity*. Pada fase ini, mulai merancang identitas visual Museum di Tengah Kebun dengan mengembangkan *moodboard*. Penulis juga membuat alternatif sketsa, pemilihan logo, warna, tipografi, *imagery*, dan elemen lain yang akan di finalisasi untuk identitas visual museum.

### **3.2.4 Creating Touchpoints**

Pada fase ini, rancangan identitas visual mulai dikembangkan dan diaplikasikan ke berbagai media. Penulis menentukan *touchpoint* yang sesuai dengan kebutuhan dan relevansi audiens dan Museum di Tengah Kebun. Identitas visual kemudian diterapkan ke dalam berbagai pilihan *touchpoint*.

### **3.2.5 Managing Assets**

Fase ini bertujuan untuk mempertahankan koherensi dan stabilitas identitas visual dalam jangka panjang. Penulis merilis identitas visual yang telah dirancang pada *brand guideline* sebagai panduan utama dalam penggunaan elemen. *Brand guideline* ini memuat profil *brand*, aturan, struktur, serta batasan penggunaan yang bertujuan untuk memastikan identitas Museum di Tengah Kebun dapat diaplikasikan secara tepat, seragam, dan profesional di berbagai *touchpoint*. Dengan adanya pedoman ini, museum diharapkan mampu mempertahankan identitas visualnya.

## **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

### **3.3.1 Observasi**

Penulis melakukan observasi ke Museum di Tengah Kebun untuk mengetahui suasana, pengalaman, serta interaksi yang terjadi di dalamnya sebagai dasar perancangan identitas visual yang senada dengan ciri khas dan nilai museum.

#### **1. Pengamatan Deskriptif**

Dalam proses pengumpulan data, penulis melakukan pengamatan deskriptif secara langsung di Museum di Tengah Kebun. Pengamatan ini mencakup apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan penulis sebagai pengunjung, mulai dari bagaimana koleksi ditata, alur kunjungan berjalan, *touchpoint* yang museum miliki, hingga bagaimana museum memberikan informasi dan pengalaman kepada pengunjung.

#### **3.3.2 Wawancara**

Wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai pengalaman, sudut pandang, serta kebutuhan komunikasi dari pihak internal

Museum di Tengah Kebun. Wawancara dilakukan dengan empat narasumber, yaitu pengelola, pemandu, dan dua pengunjung museum.

### **1. Wawancara Pengelola Museum di Tengah Kebun**

Penulis melakukan wawancara kepada Desi Safari, Pengelola Museum di Tengah Kebun untuk mengetahui visi, misi, tujuan museum, memahami konsep penataan koleksi, serta mendapatkan informasi terkait kebutuhan komunikasi visual sebagai dasar perancangan identitas visual. Berikut adalah daftar pertanyaan yang disusun:

#### **a. Tujuan dan Pengembangan Museum**

- 1) Bagaimana pengalaman Anda selama mengelola museum ini?
- 2) Bagaimana latar belakang serta visi dan misi didirikannya Museum di Tengah Kebun?
- 3) Nilai-nilai seperti apa yang ingin disampaikan museum ini kepada pengunjung?
- 4) Adakah tantangan dan kendala yang dihadapi selama mengelola museum?

#### **b. Konsep dan Penataan Koleksi Museum**

- 1) Menurut Anda, bagaimana keunikan Museum di Tengah Kebun dari museum lainnya?
- 2) Apa filosofi atau konsep kuratorial yang digunakan dalam menata koleksi museum ini?
- 3) Apakah terdapat koleksi ikonik yang menjadi ciri khas dan identitas dari Museum di Tengah Kebun?

#### **c. Komunikasi dan Identitas Museum**

- 1) Selama ini, bagaimana langkah dan strategi museum untuk menarik pengunjung?
- 2) Menurut Anda, elemen visual seperti apa yang paling mencerminkan karakter unik Museum di Tengah Kebun?

- 3) Bagaimana *image* dari museum yang Anda ingin ditonjolkan kepada pengunjung?
- 4) Apakah harapan Anda untuk pengembangan museum kedepannya?

## 2. Wawancara Pemandu Museum di Tengah Kebun

Penulis melakukan wawancara kepada Prajodi Daris Andaru, Pemandu Museum di Tengah Kebun untuk mengetahui pengalaman interaksi dengan pengunjung, pemahaman museum, serta pandangan mengenai kebutuhan identitas visual yang dapat membantu membangun eksposur dan informasi museum kepada publik. Berikut adalah daftar pertanyaan yang disusun:

### a. Interaksi dan Respon Pengunjung Museum

- 1) Bagaimana pengalaman dan tantangan Anda dalam memandu pengunjung Museum di Tengah Kebun?
- 2) Bagaimana Anda melihat kondisi jumlah pengunjung museum saat ini? Apakah bersedia berbagi data mengenai jumlah kunjungan museum?
- 3) Bagaimana biasanya segmen usia atau kategori seperti pelajar, mahasiswa, dewasa yang datang?

### b. Persepsi dan Kesan Museum

- 1) Menurut Anda, bagian atau koleksi apa dari museum yang paling meninggalkan kesan bagi pengunjung?
- 2) Apakah pengunjung pernah memberikan komentar atau masukan terkait tampilan visual museum atau informasi koleksi?
- 3) Apakah biasanya pengunjung merasa museum memberikan pengalaman edukasi yang memuaskan? Mengapa?

### **c. Komunikasi dan Identitas Museum**

- 1) Menurut Anda, dari mana biasanya pengunjung mengetahui informasi tentang Museum di Tengah Kebun?
- 2) Menurut Anda, apakah museum sudah memiliki tampilan atau ciri khas yang mudah dikenali oleh pengunjung?
- 3) Menurut Anda, *image* seperti apa yang paling mencerminkan karakter Museum di Tengah Kebun?
- 4) Apakah harapan Anda terhadap pengembangan museum kedepannya?

### **3. Wawancara Pengunjung Museum di Tengah Kebun**

Penulis melakukan wawancara kepada pengunjung Museum di Tengah Kebun untuk mengetahui kesan, pengalaman, dan persepsi pengunjung terhadap museum. Wawancara ini bertujuan untuk menangkap sudut pandang pengunjung terhadap visual, informasi, dan daya tarik acuan dalam merancang identitas visual yang komunikatif dan relevan bagi audiens. Berikut adalah daftar pertanyaan yang disusun:

#### **a. Interaksi dan Respon Pengunjung Museum**

- 1) Apa yang mendorong Anda untuk mengunjungi Museum di Tengah Kebun?
- 2) Apa Anda berkenan menceritakan pengalaman saat berkunjung ke Museum di Tengah Kebun?
- 3) Bagaimana pendapat Anda mengenai suasana museum, koleksi yang ditampilkan, dan kualitas informasi yang diberikan?
- 4) Apakah ini kali pertama Anda berkunjung? Bagaimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan museum ini?

**b. Persepsi terhadap Museum**

- 1) Apa yang membuat Museum di Tengah Kebun berbeda dari museum?
- 2) Menurut Anda, bagaimana kelebihan dan kelemahan dari museum ini?
- 3) Adakah kendala yang Anda alami seperti akses transportasi, visibilitas, dan biaya ketika berkunjung?

**c. Pandangan terhadap Identitas Visual**

- 1) Apakah menurut Anda museum memiliki *image* yang khas? Koleksi apa yang paling berkesan pada museum ini?
- 2) Sebagai pengunjung, hal apa perlu ditingkatkan agar pengalaman berkunjung menjadi lebih menarik?
- 3) Apa harapan Anda terhadap pengembangan Museum di Tengah Kebun ke depannya?

**3.3.3 Focus Group Discussion (FGD)**

Penulis mengadakan sesi *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengetahui persepsi, informasi dan minat pengunjung terhadap Museum di Tengah Kebun. Peserta berjumlah 6 orang dewasa muda yang berusia 18–25 dengan kriteria berdomisili di DKI Jakarta, dan memiliki minat terhadap sejarah, budaya, maupun seni. FGD terdiri atas pertanyaan-pertanyaan berikut:

**a. Minat Museum**

- 1) Ceritakan pengalaman terbaik Anda saat mengunjungi museum. Apa yang membuat kunjungan tersebut berkesan?
- 2) Ketika memilih untuk mengunjungi museum, hal-hal apa yang biasanya Anda pertimbangkan terlebih dahulu?
- 3) Jenis museum seperti apa yang paling Anda minati untuk dikunjungi? (misalnya seni, sejarah, budaya, teknologi, dll)
- 4) Menurut Anda, apa yang membuat sebuah museum menarik untuk dikunjungi?

### **b. Persepsi Museum**

- 1) Apakah Anda *familiar* dengan Museum di Tengah Kebun? Jika ya, bagaimana Anda mengetahuinya?
- 2) Ketika mendengar nama “Museum di Tengah Kebun”, menurut Anda tema atau karakter seperti apa yang dimiliki museum ini?
- 3) Menurut Anda, apa yang unik atau menarik dari konsep museum ini dibanding museum lainnya?
- 4) Jika sudah *familiar*, apakah museum ini sudah memiliki elemen visual atau *branding* yang menarik? Jelaskan pendapat Anda.

### **c. Media Informasi Museum**

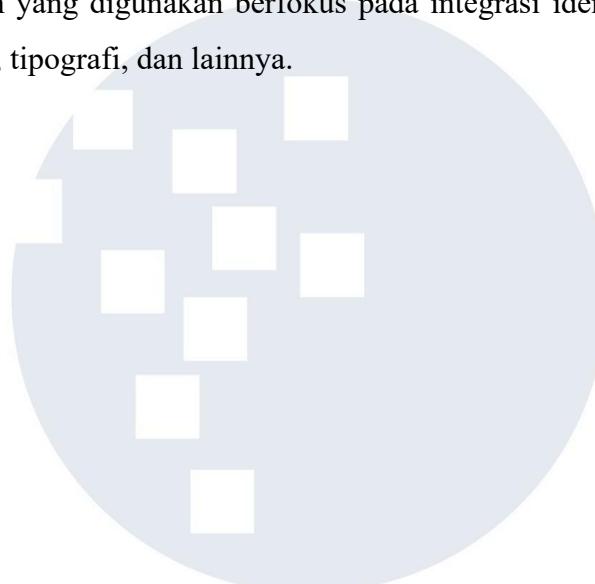
- 1) Sebelum mengunjungi museum baru, biasanya dari mana Anda mencari informasi tentang museum tersebut?
- 2) Ketika melihat promosi atau informasi tentang museum di media sosial atau *website*, hal apa yang paling menarik perhatian Anda?
- 3) Seberapa penting elemen visual (seperti logo, poster, atau desain) atau *branding* dalam memberikan *image* sebuah museum? Apakah mempengaruhi ketertarikan Anda untuk mengunjungi sebuah museum?
- 4) Bagaimana preferensi Anda untuk identitas visual atau *branding* museum? Adakah museum yang menurut Anda memiliki tampilan visual yang menarik?

#### **3.3.4 Studi Eksisting**

Penulis melakukan studi eksisting terhadap beberapa museum yang memiliki konsep maupun koleksi serupa Museum di Tengah Kebun untuk mendapatkan *insight* terhadap identitas visual yang digunakan untuk membantu perancangan identitas visual Museum di Tengah Kebun. Penulis melakukan studi terhadap museum khusus koleksi pribadi seni, budaya, dan sejarah seperti Museum Ullen Sentalu dan Museum Toeti Heraty.

### **3.3.5 Studi Referensi**

Penulis melakukan studi referensi terhadap sistem identitas visual Museum Nasional dan Museum MACAN. Museum yang dipilih memiliki identitas visual terstruktur dan berhasil membangun citra nya untuk dijadikan standar dalam menyusun sistem identitas visual yang konsisten. Standar perancangan yang digunakan berfokus pada integrasi identitas visual seperti logo, warna, tipografi, dan lainnya.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA