

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

MUSEUM M.H. THAMRIN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Mendy Leung

00000067642

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

MUSEUM M.H. THAMRIN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Mendy Leung

00000067642

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mendy Leung

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067642

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~

~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* MUSEUM M.H. THAMRIN

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Desember 2025



(Mendy Leung)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mendy Leung
NIM : 00000067642
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*
MUSEUM M.H. THAMRIN

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkannya dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Mendy Leung)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* MUSEUM M.H. THAMRIN

Oleh

Nama Lengkap : Mendy Leung
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067642
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/ 068502

Penguji

Gisela Anindita Putri, S.Sn., M.Sn.
0327059301/ 100311

Pembimbing

Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/ 023987

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mendy Leung

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067642

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2

Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *BRAND*

REJUVENATION MUSEUM M.H. THAMRIN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Desember 2025



(Mendy Leung)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke Tuhan Yang Maha Esa karena atas kehendaknya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Perancangan *Brand Rejuvenation* Museum M.H. Thamrin” dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Siti Umaiya, selaku narasumber yang telah memberikan *insight* seputar Museum M.H. Thamrin.

Semoga karya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi seluruh pembacanya.

Tangerang, 16 Desember 2025



(Mendy Leung)

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

MUSEUM M.H. THAMRIN

(Mendy Leung)

ABSTRAK

Museum M.H. Thamrin memiliki peran penting dalam memperkenalkan sejarah perjuangan M.H. Thamrin kepada masyarakat. Namun, museum ini masih belum memiliki identitas visual yang lengkap dan fleksibel diimplementasikan ke dalam berbagai media sehingga kurang dikenal khususnya bagi generasi muda. Dari hasil kuesioner yang penulis sebarakan kepada 102 orang masyarakat Jakarta dan Tangerang menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak familiar dengan identitas visual Museum M.H. Thamrin dan menilai bahwa identitas visual Museum M.H. Thamrin kurang menarik jika dibandingkan identitas visual dari Museum lainnya dibawah naungan Museum Sejarah Jakarta. Identitas visual Museum M.H. Thamrin pada saat ini juga tidak fleksibel diimplementasikan ke dalam berbagai media dan tidak terlalu terbaca jika diimplementasikan dalam skala kecil. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang *brand rejuvenation* Museum M.H. Thamrin agar identitas visual lebih dapat lebih menarik dan dikenal. Metode perancangan yang digunakan adalah metode *The Branding Process* dalam buku *Designing Brand Identity* oleh Alina Wheeler yang terdiri dari proses *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints dan managing assets*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data *mixed method*, yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif.

Kata kunci: *Brand Rejuvenation*, Museum M.H. Thamrin, Identitas Merek

M.H. THAMRIN MUSEUM BRAND REJUVENATION

(Mendy Leung)

ABSTRACT (English)

M.H. Thamrin Museum plays an important role in introducing the history of M.H. Thamrin's struggle to the public. However, the museum does not yet have a complete visual identity that can be flexibly implemented across various media, resulting in low public recognition, particularly among younger generations. Based on a questionnaire distributed by the author to 102 residents of Jakarta and Tangerang, the results show that the majority of respondents are not familiar with the visual identity of the M.H. Thamrin Museum and consider it less attractive compared to the visual identities of other museums under the management of the Museum Sejarah Jakarta. The current visual identity of the M.H. Thamrin Museum is also not flexible for application across different media and lacks legibility when used at small scales. Therefore, this study aims to design a brand rejuvenation for the M.H. Thamrin Museum To design a brand rejuvenation for the M.H. Thamrin Museum so that its visual identity becomes more appealing and better recognized. The design method used is The Branding Process method from the book Designing Brand Identity by Alina Wheeler, which consists of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. The data collection technique used is a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative methods to obtain more comprehensive data.

Keywords: Brand Rejuvenation, M.H. Thamrin Museum, Brand Identity

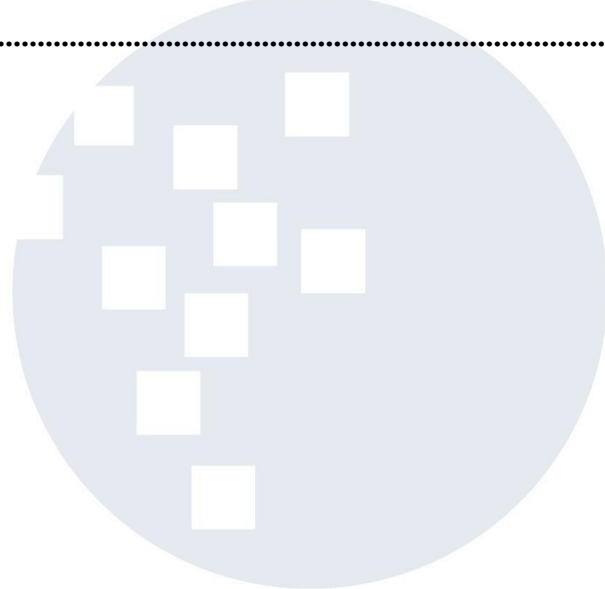
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 <i>Branding</i>	5
2.1.1 <i>Jenis Branding</i>	5
2.1.2 <i>Branding Ideals</i>	6
2.1.3 <i>Branding Rejuvenation</i>	8
2.2 Identitas Visual.....	9
2.2.1 Prinsip Desain.....	9
2.2.2 Logo	12
2.2.3 <i>Color Palette</i>	15
2.2.4 <i>Typography</i>	18
2.2.5 <i>Layout</i>	21
2.2.6 <i>Signage</i>	24
2.3 Museum.....	26

2.3.1 Peran Museum.....	26
2.3.2 Manfaat Museum	26
2.3.3 Jenis-Jenis Museum	27
2.4 Penelitian yang Relevan.....	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	34
3.1 Subjek Perancangan	34
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	35
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	36
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	37
3.2.3 <i>Designing Identity</i>	37
3.2.4 <i>Creating Touchpoints</i>	37
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	38
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	38
3.3.1 Observasi.....	48
3.3.2 Wawancara	40
3.3.3 Kuesioner	42
3.3.5 Studi Eksisting.....	44
3.3.6 Studi Referensi	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	46
4.1 Hasil Perancangan	46
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	46
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	82
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	88
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	98
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	110
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	112
4.2 Pembahasan Perancangan.....	113
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	113
4.2.2 Analisis Logo	119
4.2.3 Analisis Warna	121
4.2.4 Analisis Supergrafis	122
4.2.5 Analisis Media Kolateral	123

4.2.6 Analisis <i>Brand Guideline</i>	134
4.3 Anggaran	136
BAB V PENUTUP	138
5.1 Simpulan	138
5.2 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	xxii



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	29
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner.....	58
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner.....	59
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner.....	61
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner.....	62
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner.....	63
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner.....	64
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner.....	65
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner.....	67
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner.....	68
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner.....	68
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner.....	69
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner.....	70
Tabel 4.13 <i>SWOT</i> Museum M.H. Thamrin.....	71
Tabel 4.14 <i>SWOT</i> Museum Wayang.....	74
Tabel 4.15 <i>SWOT</i> Museum Nasional.....	81
Tabel 4.16 <i>Brand Mantra</i>	83
Tabel 4.17 Tabel Anggaran.....	136



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Balance</i>	9
Gambar 2.2 <i>Emphasis</i>	10
Gambar 2.3 <i>Unity</i>	10
Gambar 2.4 Prinsip <i>Gestalt</i>	11
Gambar 2.5 <i>Logotype</i>	12
Gambar 2.6 <i>Lettermark</i>	13
Gambar 2.7 <i>Nonrepresentational Symbol</i>	13
Gambar 2.8 <i>Pictorial Symbol</i>	14
Gambar 2.9 <i>Abstract Symbol</i>	14
Gambar 2.10 <i>Character Icon</i>	15
Gambar 2.11 <i>Emblem</i>	15
Gambar 2.12 Warna Primer	16
Gambar 2.13 Warna Sekunder	16
Gambar 2.14 Warna Tersier.....	17
Gambar 2.15 Warna Netral	18
Gambar 2.16 Anatomi Tipografi.....	19
Gambar 2.17 Jenis <i>Font</i>	20
Gambar 2.18 <i>Mondrian Layout</i>	22
Gambar 2.19 <i>Multi Panel Layout</i>	22
Gambar 2.20 <i>Picture Window Layout</i>	22
Gambar 2.21 <i>Copy Heart Layout</i>	23
Gambar 2.22 Jenis <i>Grid</i>	23
Gambar 2.23 <i>Directional Signage</i>	25
Gambar 2.23 <i>Interpretive Signage</i>	25
Gambar 3.1 Diagram <i>Exhibit Content</i>	39
Gambar 3.2 Tata Letak Koleksi Museum	40
Gambar 4.1 Wawancara Siti Umaiya.....	47
Gambar 4.2 Tampak Depan Museum M.H. Thamrin	49
Gambar 4.3 Pakaian Adat Betawi	49
Gambar 4.4 Radio milik M.H. Thamrin.....	50
Gambar 4.5 Meja Rias Istri M.H. Thamrin.....	50
Gambar 4.6 Meja Tamu M.H. Thamrin	51
Gambar 4.7 Sepeda Onthel M.H. Thamrin	51
Gambar 4.8 Blangkon M.H. Thamrin	51
Gambar 4.9 Diorama Gedung M.H. Thamrin	52
Gambar 4.10 Diorama Pidato M.H. Thamrin	52
Gambar 4.11 Diorama Penggeledahan Kediaman M.H. Thamrin	53
Gambar 4.12 Replika Rumah Adat Betawi.....	53
Gambar 4.13 Potret M.H. Thamrin dan istrinya	54
Gambar 4.14 Foto-foto Kematian M.H. Thamrin	54
Gambar 4.15 Kereta Jenazah M.H. Thamrin	54

Gambar 4.16 Brosur Museum M.H. Thamrin.....	55
Gambar 4.17 Deskripsi Koleksi Museum M.H. Thamrin.....	56
Gambar 4.18 Petunjuk Arah Museum M.H. Thamrin	56
Gambar 4.19 Unggahan Jakarta Tourism.....	57
Gambar 4.20 Kuesioner Museum M.H. Thamrin	66
Gambar 4.21 Logo Museum M.H. Thamrin	71
Gambar 4.22 Logo Museum Wayang	73
Gambar 4.23 Tampak depan Museum Wayang.....	74
Gambar 4.24 Deskripsi Koleksi dan Signage Museum Wayang	74
Gambar 4.25 <i>Header dan Footer Website</i> Museum Nasional	76
Gambar 4.26 <i>Website</i> Museum Nasional	76
Gambar 4.27 <i>Social Media</i> Instagram Museum Nasional	77
Gambar 4.28 <i>Icon Highlight</i> Instagram Museum Nasional	77
Gambar 4.29 <i>Feeds Sosial Media Museum Nasional</i>	78
Gambar 4.30 Tiket Masuk Museum Nasional	78
Gambar 4.31 <i>Signage dan Standing Sign</i> Museum Nasional.....	79
Gambar 4.32 <i>Banner</i> Museum Nasional.....	79
Gambar 4.33 <i>Lanyard</i> Karyawan Museum Nasional.....	80
Gambar 4.34 <i>Merchandise</i> Museum Nasional.....	80
Gambar 4.35 <i>Mindmap</i>	82
Gambar 4.36 <i>Keyword & Big Idea</i>	83
Gambar 4.37 <i>Reference Board</i>	85
Gambar 4.38 <i>Stylescape</i>	86
Gambar 4.39 <i>Concept Sheet</i>	87
Gambar 4.40 <i>Concept Sheet</i>	87
Gambar 4.41 <i>Persona</i>	88
Gambar 4.42 Sketsa Alternatif Logo	89
Gambar 4.43 Stilasi Logo	90
Gambar 4.44 Sketsa Alternatif Logo	91
Gambar 4.45 <i>Logotype</i> Museum M.H. Thamrin.....	91
Gambar 4.46 Logo Primer Museum M.H. Thamrin	92
Gambar 4.47 Logo Final Museum M.H. Thamrin	93
Gambar 4.48 Stilasi Warna	93
Gambar 4.49 Warna Primer Identitas Visual	94
Gambar 4.50 Warna Sekunder Identitas Visual.....	94
Gambar 4.51 Stilasi Supergrafis	95
Gambar 4.52 Supergrafis Primer.....	95
Gambar 4.53 Konfigurasi Supergrafis Primer	96
Gambar 4.54 Konfigurasi Supergrafis Sekunder	96
Gambar 4.55 Tipografi Identitas Visual.....	97
Gambar 4.56 Fotografi Aset Identitas Visual	98
Gambar 4.57 <i>Banner</i> Museum	99
Gambar 4.58 Ikonografi <i>Highlight Cover</i> Instagram.....	100

Gambar 4.59 <i>Icon dan Highlight Cover Instagram</i>	100
Gambar 4.60 <i>Instagram Posts</i>	101
Gambar 4.61 <i>Template Story Instagram</i>	101
Gambar 4.62 Brosur Museum	102
Gambar 4.63 Panah Penunjuk Arah Museum	103
Gambar 4.64 Ikonografi <i>Wayfinding System</i>	104
Gambar 4.65 <i>Wayfinding System</i>	104
Gambar 4.66 Ikonografi <i>Signage Toilet</i>	105
Gambar 4.67 <i>Signage Toilet</i>	105
Gambar 4.68 Deskripsi Koleksi	106
Gambar 4.69 Deskripsi Diorama.....	107
Gambar 4.70 Kertas A4 Museum.....	108
Gambar 4.71 Stempel Museum.....	108
Gambar 4.72 Amplop Museum.....	109
Gambar 4.73 <i>Reel Strap Museum</i>	110
Gambar 4.74 <i>Enamel Pin Museum</i>	110
Gambar 4.75 <i>Cover Brand Guideline</i>	111
Gambar 4.76 Visi Misi <i>Brand Guideline</i>	111
Gambar 4.77 Varian dan <i>Grid logo Brand Guideline</i>	112
Gambar 4.78 Implementasi <i>Brand Guideline</i>	112
Gambar 4.79 Wawancara dengan Raymond Liandro	114
Gambar 4.80 Wawancara dengan Bella Kwan	116
Gambar 4.81 Wawancara dengan Joanne Vanessa Sugijanto.....	117
Gambar 4.82 Logo Primer Museum M.H. Thamrin	119
Gambar 4.83 Logo Sekunder Museum M.H. Thamrin	120
Gambar 4.84 Proporsi Logo Museum M.H. Thamrin.....	121
Gambar 4.85 Warna Primer Identitas Visual	122
Gambar 4.86 Warna Sekunder Identitas Visual	122
Gambar 4.87 Supergrafis Primer Museum.....	123
Gambar 4.88 Konfigurasi Supergrafis Primer	123
Gambar 4.89 <i>Banner Mockup Museum</i>	124
Gambar 4.90 <i>Mockup Instagram</i>	125
Gambar 4.91 <i>Template Story Instagram</i>	125
Gambar 4.92 Brosur Museum	126
Gambar 4.93 Panah Petunjuk Arah Museum	127
Gambar 4.94 <i>Wayfinding System</i>	128
Gambar 4.95 <i>Signage Toilet</i>	128
Gambar 4.96 Deskripsi Koleksi	129
Gambar 4.97 Deskripsi Diorama.....	130
Gambar 4.98 Kertas A4 Museum.....	131
Gambar 4.99 Stempel Museum.....	131
Gambar 4.100 Amplop Museum.....	132
Gambar 4.101 <i>Reel Strap Museum</i>	133

Gambar 4.99 <i>Enamel Pin Museum</i>	133
Gambar 4.100 <i>Mockup Brand Guideline</i>	134
Gambar 4.101 <i>Brand Guideline Layout</i>	134
Gambar 4.102 <i>Brand Guideline</i>	135



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxii
Lampiran Form Bimbingan.....	xxvii
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxxii
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxxiii
Lampiran Bimbingan Spesialis	xxxvii
Lampiran Hasil Kuesioner <i>Print Out</i>	xxxviii
Lampiran Hasil Kuesioner	xli
Lampiran Wawancara	xlvi

