

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sejarah panjang dalam memperjuangkan kemerdekaan dan mempertahankan Identitas bangsa. Perjuangan tersebut banyak ditemukan di Kota Jakarta, yang menjadi pusat berbagai peristiwa penting (Dwithama et.al, 2022). Sejumlah peninggalan sejarah kini disimpan dan dirawat di museum sebagai bukti perjalanan bangsa. Salah satunya adalah Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution. Museum yang berlokasi di Jakarta Pusat ini diresmikan pada 3 Desember 2008 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, bertepatan dengan hari kelahiran Sang Jenderal (Prasetya, 2022). Daya tarik utama museum ini terletak pada diorama yang menggambarkan peristiwa penculikan Jenderal Nasution oleh Pasukan Tjakrabirawa, yang menewaskan ajudannya, Lettu Pierre Tendean, serta putrinya, Ade Irma Nasution, yang pada saat itu masih berusia lima tahun (Godeleova et.al, 2022).

Sejak tahun 2010, beberapa museum di dunia melakukan revitalisasi atau rebranding identitas visual untuk memperkuat citra dan relevansi, seperti Museum Nasional (2010-2014), Museum of Modern Art di New York (2012), dan Philadelphia Museum of Art di Amerika Serikat (2014) (Detik News, 2014; Stedelijk Museum, 2012; Designboom, 2014). Perubahan perilaku masyarakat mendorong museum untuk memperluas kehadirannya, baik secara fisik maupun digital (International Counsil of Museums, 2023). Identitas visual kini berperan penting sebagai penghubung antara kehadiran museum di ranah digital dan pengalaman pengunjung di ruang fisik (Taylor & Francis, 2023).

Sejak tahun 2010, museum di berbagai negara mulai melibatkan anak muda dalam berbagai program pengembangan dan kolaborasi (Drotner et al., et al., 2018). Keterlibatan ini menunjukkan adanya perubahan strategi museum dalam membangun citra dan relevansinya di tengah perkembangan

zaman. Pada zaman ini, persepsi dan citra museum sangat dipengaruhi oleh tampilan visual serta kehadirannya di ruang digital. Oleh karena itu, Generasi Z menjadi target strategis dalam perancangan, karena persepsi mereka berperan penting dalam membentuk citra Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution agar tampil lebih modern, bermakna, dan berkarakter

Berdasarkan pemaparan di atas, jika dikaitkan dengan kondisi saat ini, identitas visual Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution masih belum memenuhi kriteria yang baik. Menurut Wheeler (2018), identitas visual yang baik harus memiliki *meaning* dan *coherence* untuk menyampaikan makna yang relevan dan menjaga keselarasan antara nilai dan tampilan visual. Namun, identitas visual saat ini belum mencerminkan makna perjuangan dan karakter Jenderal Nasution secara optimal. Dari kuesioner yang melibatkan 125 responden dari kalangan Generasi Z, diketahui bahwa 87 responden menilai logo museum, sebagai elemen paling terlihat dari identitas visual, memiliki tampilan yang kuno. Adapun penilaian kuno yang dimaksud dalam konteks identitas visual adalah elemen-elemen visualnya, termasuk tipografi, warna, dan komposisi, tidak lagi sesuai dengan standar visual yang modern. Dengan kata lain, identitas visual ini tidak mampu merepresentasikan citra dari Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution kepada Generasi Z, sehingga dianggap tidak efektif dan tidak relevan.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, penulis menyimpulkan bahwa Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution membutuhkan perancangan ulang identitas visual, karena menurut teori Alina Wheeler (2018, h.7) revitalisasi identitas perlu dilakukan ketika sebuah *brand* tidak lagi mampu menampilkan wajah yang konsisten kepada audiensnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Identitas visual Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution saat ini belum mampu merepresentasikan citra museum yang modern, bermakna, dan berkarakter.
2. Elemen-elemen penyusun identitas visual museum, khususnya logo, termasuk tipografi, warna, dan komposisi dianggap “kuno” sehingga berdampak pada daya tarik museum.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis menyimpulkan rumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Perancangan Ulang Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution?”

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada Generasi Z dengan batasan usia 18-25 tahun, SES B-C, yang berdomisili di Jabodetabek, yang memiliki ketertarikan terhadap museum dan sejarah perjuangan Indonesia. Adapun perancangan ini akan berfokus pada penyusunan *brand guidelines* yang mencakup desain, sistem identitas visual, *signage*, dan media kolateral yang dapat meningkatkan citra dan merepresentasikan karakteristik dari Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan penulisan tugas akhir ini adalah Perancangan Ulang Identitas Visual Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun sebagai harapan, penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis.

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu Desain Komunikasi Visual, terutama dalam konteks penerapan identitas visual pada instansi seperti museum. Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi desainer atau peneliti dalam menciptakan strategi perancangan identitas visual.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi dosen dan peneliti lain dalam memahami pilar identitas DKV, khususnya untuk mengembangkan materi pembelajaran.

Adapun *brand guidelines* yang dirancang diharapkan dapat bermanfaat bagi Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution dan menciptakan citra yang kuat sehingga mampu mempengaruhi pandangan masyarakat untuk berkunjung ke museum.

