

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
MUSEUM KATEDRAL JAKARTA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Ivy Florentia Wijaya
00000074822**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
MUSEUM KATEDRAL JAKARTA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Ivy Florentia Wijaya

00000074822

**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 : Ivy Florentia Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000074822

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM KATEDRAL JAKARTA

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



(Ivy Florentia Wijaya)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ivy Florentia Wijaya
NIM : 00000074822
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Ulang Identitas Visual
Museum Katedral Jakarta

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Project~~ Tugas Akhir*(coret salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ 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 menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Ivy Florentia Wijaya)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
MUSEUM KATEDRAL JAKARTA**

Oleh

Nama Lengkap : Ivy Florentia Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000074822
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

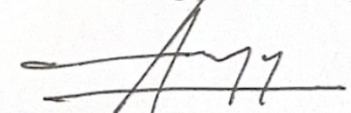
Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026
Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

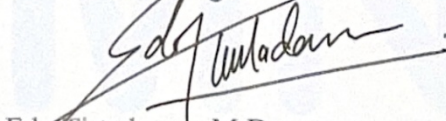
Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Penguji


Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Pembimbing


Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/ 071279

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 : Ivy Florentia Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000074822
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL MUSEUM KATEDRAL
JAKARTA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ 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



(Ivy Florentia Wijaya)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyusun proposal tugas akhir yang berjudul *Perancangan Ulang Identitas Visual Museum Katedral Jakarta*. Proposal ini disusun sebagai langkah awal dalam proses perancangan tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat akademik di program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.

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. Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan pendampingan selama proses penyusunan proposal, memberikan motivasi, dan ilmu pengetahuan guna menyelesaikan perancangan.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Harapannya, proposal ini dapat menjadi dasar yang kuat dalam merancang identitas visual yang lebih representatif bagi Museum Katedral Jakarta. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berbasis riset, diharapkan perancangan ini mampu menghadirkan solusi desain yang tidak hanya memperkuat citra museum, tetapi juga meningkatkan daya tarik serta keterlibatan masyarakat dalam memahami sejarah dan budaya yang diusung oleh museum.

Tangerang, 16 Desember 2025



(Ivy Florentia Wijaya)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

MUSEUM KATEDRAL JAKARTA

(Ivy Florentia Wijaya)

ABSTRAK

Museum Katedral Jakarta merupakan institusi budaya dan religi yang menyimpan sejarah persebaran Agama Katolik di Indonesia. Kini, museum menghadapi tantangan dalam membangun identitasnya sebagai destinasi wisata sejarah dan religi yang berdiri secara independen. Keterbatasan identitas visual yang melekat erat dengan Gereja Katedral Jakarta menyebabkan museum kurang dikenal oleh masyarakat luas dan sulit menarik perhatian wisatawan. Hasil pra riset menunjukkan bahwa 97,6% dari 41 orang merasa bahwa identitas visual Museum Katedral Jakarta kalah kuat dengan citra Gereja Katedral Jakarta yang telah lebih populer dikenal sebagai institusi religiusitas. Sebagai solusi, perancangan ulang identitas visual diusulkan untuk memperjelas diferensiasi Museum Katedral Jakarta dari Gereja Katedral serta meningkatkan daya ingat dan visibilitas mereknya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur, analisis identitas visual museum serupa, serta wawancara dengan pihak terkait untuk memahami kebutuhan *branding* museum. Selain itu, dilakukan observasi langsung guna mengevaluasi aspek visual dan pengalaman pengunjung terhadap museum. Pra-penelitian menunjukkan bahwa *branding* Museum Katedral Jakarta saat ini kurang memiliki komponen distingtif yang menjadikannya dan mudah didiferensiasikan dari Gereja Katedral. Dengan identitas visual yang lebih kuat, museum diharapkan dapat lebih efektif dalam menyampaikan *value brand*, dan memanfaatkannya untuk merancang strategi pemasaran dan media informasi lebih menarik, serta memperkuat citra dan daya tariknya sebagai destinasi wisata religi-edukatif yang berkelanjutan dan inklusif di era modern.

Kata kunci: Identitas Visual Museum, Wisata Religi-Edukatif, *Branding* Museum

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

VISUAL IDENTITY REDESIGN FOR THE JAKARTA CATHEDRAL MUSEUM

(Ivy Florentia Wijaya)

ABSTRACT (English)

Jakarta Cathedral Museum is a cultural and religious institution that preserves the history of Catholicism's spread in Indonesia. Today, the museum faces challenges in establishing its identity as an independent historical and religious tourism destination. Its current visual identity, which is heavily tied to the Jakarta Cathedral Church, contributes to its lack of recognition among the public and difficulty in attracting visitors. Pre-research results shows that 97,6% out of 41 people feel that the visual identity of the Jakarta Cathedral Museum is overshadowed by Cathedral Church's pre-existing brand image that was already widely known as a religious based institution. As a solution, a visual identity redesign is proposed to clearly differentiate the Jakarta Cathedral Museum from the Cathedral itself and to enhance its brand visibility. This study employs a qualitative method involving literature review, analysis of similar museum visual identities, and interviews with key stakeholders to understand the museum's branding needs. Additionally, direct observations are conducted to evaluate visual elements and visitor experience. Preliminary research reveals that the museum's current branding lacks distinctive characteristics and tends to blend with the Cathedral, making it difficult to associate as a standalone entity. With a stronger and more communicative visual identity, the museum is expected to improve its marketing strategies, increase informational accessibility, attract more visitors, and reinforce its image and appeal as a sustainable and inclusive religious-cultural tourism destination in the modern era.

Keywords: *Museum Visual Identity, Religious-Education Tourism, Museum Branding*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	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.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>Brand</i>	7
2.1.1 <i>Branding</i>	7
2.1.2 <i>Brand Identity</i>	17
2.1.3 Identitas Visual.....	17
2.2 Museum Katedral Jakarta	54
2.2.1 Sejarah Katedral Jakarta.....	57
2.2.2 Koleksi dan Isi Museum	63
2.3 Penelitian yang Relevan.....	64
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	67
3.1 Subjek Perancangan	67
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	68

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	72
3.3.1 Observasi.....	72
3.3.2 Kuesioner	74
3.3.3 <i>Focused Group Discussion</i>	79
3.3.4 Wawancara	80
3.3.5 Studi Eksisting.....	91
3.3.6 Studi Referensi	92
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	93
4.1 Hasil Perancangan	93
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	93
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	164
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	196
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	247
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	311
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	317
4.2 Pembahasan Perancangan.....	318
4.2.1 <i>Market Validation</i>	318
4.2.2 Analisa Logo	335
4.2.3 Analisa Warna	347
4.2.4 Analisa Supergrafis.....	349
4.2.5 Analisa Penerapan Media.....	350
4.2.6 Analisa <i>Brand Guidelines</i>	408
4.2.7 Anggaran.....	417
BAB V PENUTUP	427
5.1 Simpulan	427
5.2 Saran.....	428
DAFTAR PUSTAKA	431
LAMPIRAN.....	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan	64
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner	75
Tabel 4.1 Data Demografis Responden Kuesioner	103
Tabel 4.2 Data spesifik kebiasaan umat Katolik	104
Tabel 4.3 Hasil <i>Section 2</i> : Persepsi terhadap identitas visual secara umum	106
Tabel 4.4 Perhitungan Jawaban Pertanyaan 2 (<i>Section 2</i> Kuesioner)	107
Tabel 4.5 Perhitungan Jawaban Pertanyaan 3 (<i>Section 2</i>)	108
Tabel 4.6 Perhitungan Jawaban Pertanyaan 4 (<i>Section 2</i>)	109
Tabel 4.7 Tabel Perbandingan dengan Kompetitor	139
Tabel 4.8 Analisis SWOT <i>Matrix</i> Museum Katedral Jakarta	143
Tabel 4.9 Tabel <i>Insight</i> dan <i>Findings</i>	164
Tabel 4.10 <i>Brand Brief</i> (<i>Core Brand Elements</i>)	173
Tabel 4.11 <i>Brand Personality</i> Museum Katedral Jakarta	185
Tabel 4.12 Tabel Eksekusi <i>Brand Pillar</i>	192
Tabel 4.13 Konfigurasi <i>Big Idea Statement</i> dan <i>Keywords</i> Relevan	198
Tabel 4.14 Daftar Media untuk Penerapan Identitas Visual	247
Tabel 4.15 Perincian Anggaran	417
Tabel 4.16 Tabel Estimasi Biaya Produksi <i>Media Collaterall</i>	418



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dimensi <i>Brand Positioning</i>	8
Gambar 2.2 Google <i>Brand Architecture</i>	10
Gambar 2.3 Implementasi <i>Endorsed House</i> pada kemasan Kellogs.....	11
Gambar 2.4 <i>Hybrid Brand Architecture</i> Toyota	12
Gambar 2.5 <i>House of Brands Framework</i> Pector & Gamble	13
Gambar 2.6 <i>Brand Pillar Matrix</i> menurut Matchstic (2017).....	15
Gambar 2.7 Keseimbangan Simetris.....	19
Gambar 2.8 Keseimbangan Asimetris.....	20
Gambar 2.9 <i>Unity</i> dan <i>Variety</i> dalam desain	21
Gambar 2.10 Harmoni dalam desain.....	22
Gambar 2.11 Pengaplikasian Hierarki Visual.....	23
Gambar 2.12 Perbedaan terang gelap yang menghasilkan kontras.....	24
Gambar 2.13 Penerapan <i>emphasis</i> dengan perbedaan bentuk dan warna.....	25
Gambar 2.14 Penerapan <i>emphasis</i> warna dan bentuk pada desain	26
Gambar 2.15 Penerapan proporsi dalam desain	27
Gambar 2.16 Logo Nike Swoosh	28
Gambar 2.17 <i>Wordmark</i> Logo Chobani.....	29
Gambar 2.18 <i>Letterform Mark</i> Facebook.....	30
Gambar 2.19 <i>Pictorial Mark</i> Shell.....	30
Gambar 2.20 <i>Abstract Mark</i> Spotify	31
Gambar 2.21 Emblem IKEA.....	32
Gambar 2.22 <i>Brandmark</i> Dinamis Philadelphia Museum of Art	32
Gambar 2.23 <i>Grayscale Colors</i>	33
Gambar 2.24 Warna Primer	33
Gambar 2.25 Warna Sekunder dan Warna Tersier	34
Gambar 2.26 Warna Analogus.....	34
Gambar 2.27 Warna Komplementer	35
Gambar 2.28 Warna Monokromatik	36
Gambar 2.29 Warna <i>Split</i> Komplementer.....	36
Gambar 2.30 Warna Triadik	37
Gambar 2.31 Warna Tetradik.....	37
Gambar 2.32 IKEA <i>brand colors</i>	38
Gambar 2.33 Timberland <i>Brand Typography</i>	39
Gambar 2. 34 Perbedaan <i>Typeface</i> dan <i>Font</i>	39
Gambar 2.35 Jenis <i>typeface</i> serif	40
Gambar 2.36 Jenis <i>Typeface</i> Sans Serif	41
Gambar 2.37 Contoh Prinsip <i>Readability</i>	41
Gambar 2.38 Contoh prinsip <i>Legibility</i>	42
Gambar 2.39 Penerapan <i>Lifestyle Imagery</i> pada strategi <i>brand</i> Noise 13	43
Gambar 2.40 Penerapan pola <i>brand</i> “Papier”	44

Gambar 2.41 <i>Iconography brand</i> Google	44
Gambar 2.42 <i>Brand Guidelines</i> Frolic	47
Gambar 2.43 Cret Events <i>Brand Stationery</i>	49
Gambar 2.44 <i>Vehicle Branding Implementation</i> Alta.....	50
Gambar 2.45 Seragam Karyawan BMB Canteen	51
Gambar 2.46 <i>Branded Environment</i> Jaya Suprana School	52
Gambar 2.47 <i>Signage</i> dan <i>wayfinding</i> Multimedia Nusantara School	53
Gambar 2.48 Contoh <i>Ephemera</i>	54
Gambar 2. 49 Museum Katedral Jakarta (Gedung Lama / Mezanine Gereja).....	55
Gambar 2.50 Penandatanganan Prasasti Peresmian Museum Katedral Jakarta....	56
Gambar 2.51 Tampak depan pintu Museum Katedral Jakarta	56
Gambar 2.52 Lapangan Banteng Tempo Dulu	57
Gambar 2.53 Bangunan Rumah de Kock Tahun 1828	58
Gambar 2.54 Gedung Gereja Santa Perawan Maria Diangkat ke Surga	59
Gambar 2.55 Atap gedung gereja ambruk (1890).....	60
Gambar 2.56 Gedung Gereja Katedral Jakarta tahun <i>circa</i> 1950-1960	61
Gambar 3.1 <i>Branding Process</i> menurut Alina Wheeler	69
Gambar 4.1 Instalasi Pameran Buen Camino Karya Antonio Marchado	95
Gambar 4.2 Kondisi terkini Plaza Maria.....	96
Gambar 4.3 Dua Perempuan lebih tertarik mendokumentasikan kucing.....	96
Gambar 4.4 Tampilan Depan Museum Katedral Jakarta dari jarak $\pm$ 3 meter	97
Gambar 4.5 Koleksi tanpa nama di lantai dua museum.....	99
Gambar 4.6 Monstrans Barok (kiri) dan Monstrans Neo-Gotik (kanan)	100
Gambar 4.7 Buku Baptisan Pertama Tahun 1812.....	101
Gambar 4.8 <i>Stained Glass</i> Area Tangga Museum	101
Gambar 4.9 Portret Miong di <i>Hallway</i> / Zona penyambutan tamu.....	102
Gambar 4.10 Dokumentasi FGD dengan Mahasiswa Desain Interior Untar.....	112
Gambar 4.11 Dokumentasi FGD dengan lima siswa SMKN 27	114
Gambar 4.12 Identitas Narasumber dalam dokumentasi buku tamu	117
Gambar 4.13 Dokumentasi Wawancara dengan <i>Staff</i> Museum Katedral	120
Gambar 4.14 Dokumentasi Wawancara Wakil Museum Katedral Jakarta.....	123
Gambar 4.15 Dokumentasi Wawancara Ketua Museum Katedral Jakarta	126
Gambar 4.16 Wawancara dengan Dewi Rossanty (Designata)	130
Gambar 4.17 Wawancara dengan Andrea Isa	136
Gambar 4.18 Logo Katedral Jakarta oleh Designata	150
Gambar 4.19 Pemaknaan ilustrasi logo Katedral Jakarta.....	151
Gambar 4.20 Penerapan logo Katedral Jakarta pada <i>stationery</i>	152
Gambar 4.21 <i>Wayfinding Signage</i> Katedral Jakarta	152
Gambar 4.22 Logo Basilica of Saint Mary	153
Gambar 4.23 Simbol <i>Crossed Keys</i> dan <i>Umbraculum</i>	154
Gambar 4.24 Logo Museum Basilica of Saint Mary	155
Gambar 4.25 <i>Look and Feel Branding</i> Mangkunegaran 267.....	156
Gambar 4.26 <i>Color Palette Branding</i> Pura Mangkunegaran.....	157

Gambar 4.27 Tipografi <i>Branding</i> Mangkunegran 267	158
Gambar 4.28 <i>Imagery</i> Adegung Pura Mangkunegaran 267	159
Gambar 4.29 <i>Title Page</i> GSM Rebranding Museum Nasional Indonesia	160
Gambar 4.30 Penjabaran <i>Brand Brief</i> dan <i>Design Process rebranding</i>	161
Gambar 4.31 Halaman penjelasan tipografi dan palet warna yang digunakan ...	162
Gambar 4.32 Implementasi dalam ragam <i>touchpoints</i>	163
Gambar 4. 33 Profil <i>Target</i> Sasaran	169
Gambar 4.34 <i>User Persona Target</i> Primer	171
Gambar 4.35 <i>User Persona Target</i> Sekunder	172
Gambar 4.36 Tangkapan layar Nilai-nilai Kekatolikan	184
Gambar 4.37 <i>Twelve Brand Archetypes</i>	188
Gambar 4.38 <i>Brand Pillar</i> dari Museum Katedral Jakarta	190
Gambar 4.39 <i>Brand Positioning Statement Formula</i>	195
Gambar 4.40 <i>Mindmap Keywords</i>	197
Gambar 4.41 <i>Mindmap</i> Konsep Visual	204
Gambar 4.42 <i>Moodboard</i> Logo	204
Gambar 4.43 <i>Moodboard</i> Warna	205
Gambar 4.44 <i>Moodboard</i> Layout	206
Gambar 4.45 <i>Moodboard</i> Tipografi	206
Gambar 4.46 Sketsa Logo	208
Gambar 4.47 Hasil digitalisasi sketsa	208
Gambar 4.48 Digitalitasi dan pengembangan logogram	209
Gambar 4.49 Eksplorasi <i>ligature</i> “M” dan “U”	209
Gambar 4.50 Tiga opsi <i>brand signature</i> yang telah dikembangkan	210
Gambar 4.51 <i>Typeface Logotype</i>	211
Gambar 4.52 Logo Terseleksi	212
Gambar 4.53 Refinasi simbol Fleur De Lis	212
Gambar 4.54 Konfigurasi logo awal	213
Gambar 4.55 Alternatif Palet Warna	214
Gambar 4.56 Palet Warna Identitas Katedral Jakarta	215
Gambar 4.57 Palet Warna Primer Terpilih	215
Gambar 4.58 Alternatif <i>Typeface Serif</i> untuk <i>logotype</i>	218
Gambar 4.59 <i>Character Map Typeface</i> Bricktown	219
Gambar 4.60 Tipe-tipe <i>font serif</i>	219
Gambar 4.61 Penambahan Stroke pada <i>Typeface</i> New York	220
Gambar 4.62 <i>Leading</i> antar teks pada <i>brand signature</i>	220
Gambar 4.63 <i>Typeface</i> Bethany Elingston	221
Gambar 4.64 Turunan dalam Monument Grotesk <i>Font Family</i>	222
Gambar 4.65 <i>Set</i> supergrafis primer solid	223
Gambar 4.66 Inspirasi Supergrafis <i>Dove</i>	223
Gambar 4.67 Inspirasi supergrafis salib	224
Gambar 4.68 Inspirasi supergrafis Fleur-de-lis	224
Gambar 4.69 <i>Set</i> supergrafis primer <i>line art</i>	225

Gambar 4.70 Konfigurasi simplifikasi fleur de lis.....	225
Gambar 4.71 Konfigurasi supergrafis sekunder bunga delapan petal.....	226
Gambar 4.72 Konfigurasi elemen ombak	227
Gambar 4.73 Prinsip dan acuan perbersaran elemen ombak	227
Gambar 4.74 Inspirasi supergrafis ombak	228
Gambar 4.75 Proses <i>brainstorming</i> bentuk dasar ikon	229
Gambar 4.76 Proses pembentukan <i>base shape</i> lengkungan ikon	230
Gambar 4. 77 Set ikon untuk <i>wayfinding</i> dan keterangan.....	230
Gambar 4.78 Set ikon regulatori	231
Gambar 4.79 Proses perancangan <i>pattern</i> varian 1	232
Gambar 4.80 Hasil repetisi modul roseta sesuai konfigurasi jarak x.....	233
Gambar 4.81 Konfigurasi jarak antar elemen pada pola varian 2.....	234
Gambar 4.82 Repetisi <i>row</i> kedua pola varian 2	234
Gambar 4.83 Penerapan <i>pattern</i> varian 2 <i>mixed fill</i>	235
Gambar 4.84 Komparasi foto suasana (kiri) dan foto objek (kanan).....	236
Gambar 4.85 Komparasi foto asli dengan hasil penyuntingan foto	237
Gambar 4.86 Pengaturan intensitas cahaya yang dilakukan	237
Gambar 4.87 <i>Before</i> dan <i>after</i> penghapusan latar foto	238
Gambar 4.88 Pengaturan transparansi overlay merah pada foto.....	238
Gambar 4.89 Sub-departemen Katedral Jakarta.....	240
Gambar 4.90 Perubahan <i>typeface</i> awal Bricktown menjadi Romande No.2	241
Gambar 4.91 Perubahan <i>typeface</i> dan modifikasinya untuk “Katedral”	241
Gambar 4.92 Perubahan <i>typeface</i> untuk “Jakarta”	242
Gambar 4.93 Perubahan <i>logotype awal</i> (kiri) menjadi <i>logotype</i> final (kanan) ...	242
Gambar 4.94 Logogram sebelum diberikan <i>outer frame</i> (kiri)	243
Gambar 4.95 Penetapan kombinasi <i>dual</i> warna untuk logo primer	244
Gambar 4.96 Bentuk pengembangan logo horizontal.....	245
Gambar 4.97 Transformasi anatomi ikon menjadi lebih kecil dan sederhana	245
Gambar 4.98 Hasil transformasi bentuk dasar <i>signage</i>	246
Gambar 4.99 Konfigurasi <i>artboard</i> kosong untuk desain <i>business card</i>	250
Gambar 4.100 Proses desain kartu nama	250
Gambar 4.101 Desain final kartu nama.....	251
Gambar 4.102 Pengaturan efek <i>bevel and emboss</i> serta <i>shadow</i> pada logo	252
Gambar 4.103 Proses perancangan <i>leterhead</i>	252
Gambar 4.104 Proses perancangan <i>receipt</i>	254
Gambar 4.105 Pengaturan <i>artboard</i> , <i>margin</i> , dan <i>grid email signature</i>	255
Gambar 4.106 Penempatan elemen <i>email signature</i> pada grid.....	255
Gambar 4.107 Desain Final <i>Email Signature</i>	256
Gambar 4.108 Pengaturan <i>artboard</i> dan <i>grid</i> untuk amplop DL.....	257
Gambar 4.109 Proses perancangan DL Envelope.....	258
Gambar 4. 110 Desain Final Amplop DL	259
Gambar 4.111 Proses perancangan bagian depan amplop C6	260
Gambar 4.112 Proses perancangan flap atas dan bawah amplop C6.....	261

Gambar 4.113 Proses perancangan <i>flap</i> samping amplop C6.....	261
Gambar 4.114 Desain amplop C6 diimplementasikan ke dalam kerangka	262
Gambar 4.115 Desain plat <i>wax seal</i>	263
Gambar 4.116 Hasil desain <i>rubber stamp</i>	264
Gambar 4.117 Proses perancangan <i>cover</i> buku tamu	265
Gambar 4.118 Proses perancangan isi buku tamu	266
Gambar 4.119 Desain Kaos Polo untuk seragam <i>staff</i>	268
Gambar 4.120 Desain <i>lanyard</i>	268
Gambar 4.121 Desain <i>stopper lanyard</i>	269
Gambar 4.122 Proses perancangan <i>ID card</i>	270
Gambar 4.123 Desain Final <i>ID Card</i>	270
Gambar 4.124 Proses perancangan desain <i>dry box delivery truck</i>	272
Gambar 4.125 Hasil desain final <i>delivery dry box truck</i>	273
Gambar 4.126 Proses perancangan desain <i>delivery van</i>	274
Gambar 4.127 Hasil desain final <i>sticker vinyl delivery van</i>	274
Gambar 4.128 Konfigurasi bentuk dasar <i>signage</i>	275
Gambar 4.129 Desain 3D Signage Storefront	276
Gambar 4.130 Proses perancangan <i>signage informasi</i> jam operasional	277
Gambar 4.131 Proses perancangan <i>regulatory signage</i>	279
Gambar 4.132 Proses perancangan <i>hanging wayfinding signage</i>	280
Gambar 4.133 Proses perancangan <i>signage orientation</i> per lantai	281
Gambar 4.134 Proses pembuatan denah isometris museum per lantai	282
Gambar 4.135 Proses perancangan <i>wall branding</i>	283
Gambar 4.136 Tiga versi label karya	284
Gambar 4.137 Proses perancangan label karya tipe 1	285
Gambar 4.138 Proses perancangan label karya tipe 2	286
Gambar 4.139 Proses pengerjaan label karya tipe 3	287
Gambar 4.140 Proses perancangan <i>3D wall wayfinding signage</i>	288
Gambar 4.141 <i>Flatplan</i> Tri Fold Brochure	289
Gambar 4.142 Pengaturan grid untuk <i>tri fold brochure</i>	290
Gambar 4.143 Proses pengerjaan sisi luar <i>tri fold brochure</i>	290
Gambar 4.144 Proses pengerjaan sisi dalam <i>tri fold brochure</i>	291
Gambar 4.145 Desain final <i>tri fold brochure</i>	292
Gambar 4.146 Pengaturan <i>artboard</i> untuk desain <i>Gate Fold Brochure</i>	293
Gambar 4.147 Proses pengerjaan <i>Gate Fold Brochure</i>	293
Gambar 4.148 Proses pengerjaan desain <i>flyer</i>	294
Gambar 4.149 Proses pengerjaan poster	295
Gambar 4.150 Proses perancangan <i>hanging banner</i>	296
Gambar 4.151 Proses perancangan baliho tipe A	297
Gambar 4.152 Proses perancangan baliho tipe B	298
Gambar 4.153 Proses perancangan <i>website landing page</i>	299
Gambar 4.154 Proses perancangan unggahan instagram	300
Gambar 4.155 Desain final unggahan instagram	301

Gambar 4.156 Proses perancangan Instagram <i>Story</i>	302
Gambar 4.157 Hasil desain <i>baseball cap</i>	304
Gambar 4.158 Desain final <i>stickcer pack</i>	305
Gambar 4.159 Desain <i>t-shirt</i> depan (kiri) dan belakang (kanan).....	306
Gambar 4.160 Desain <i>final button pins</i>	307
Gambar 4.161 Desain final <i>tote bag</i>	307
Gambar 4.162 Proses perancangan <i>Bible Case</i> (Sarung Alkitab).....	309
Gambar 4.163 Proses Perancangan <i>e-money</i>	310
Gambar 4.164 Proses desain <i>cover</i> depan <i>Brand Guidelines</i>	312
Gambar 4.165 Proses perancangan <i>spread</i> Daftar Isi	313
Gambar 4.166 Proses pengerjaan <i>spread divider</i> bab 1 dan 2	313
Gambar 4.167 Proses pengerjaan <i>spread</i> dominan aset fotografi	315
Gambar 4.168 Proses pengerjaan <i>spread</i> dominan tulisan	316
Gambar 4.169 Wawancara dengan staff museum 1	322
Gambar 4.170 Wawancara dengan <i>Staff Museum</i> 2.....	323
Gambar 4.171 Wawancara dengan Pengunjung Non-Katolik	324
Gambar 4.172 Wawancara dengan Pengunjung Katolik	325
Gambar 4.173 Wawancara dengan turis asal Jepang	326
Gambar 4.174 Wawancara pengunjung anggota KOMSOS.....	327
Gambar 4.175 Wawancara dengan pengunjung Non Katolik.....	328
Gambar 4.176 Siluet bentuk dasar logogram.....	337
Gambar 4.177 <i>Outer Gothic Frame</i> pada logogram	338
Gambar 4.178 <i>Abstract Mark</i> Museum Katedral Jakarta.....	338
Gambar 4.179 <i>Zoom in</i> pada bukaan bagian tengah bawah logogram	339
Gambar 4.180 <i>Zoom in</i> pada bagian tengah atas logogram	340
Gambar 4.181 <i>Zoom in</i> pada bagian atas logogram.....	341
Gambar 4.182 <i>Wordmark</i> Museum Katedral Jakarta.....	342
Gambar 4. 183 <i>Logotype</i> lama (kiri) vs. <i>Logotype</i> baru (kanan)	342
Gambar 4.184 Logo <i>Lock Up</i> Museum Katedral Jakarta.....	345
Gambar 4.185 Konfigurasi primer <i>brand signature</i> Museum Katadral Jakarta .	346
Gambar 4.186 Pemaknaan warna <i>merah</i> dalam agama Katolik	348
Gambar 4.187 Bendera Merah Putih.....	348
Gambar 4.188 Set supergrafis primer Museum Katedral Jakarta	350
Gambar 4.189 <i>Mockup Business Card</i>	352
Gambar 4.190 Hasil <i>mockup Letterhead</i>	354
Gambar 4.191 <i>Mockup Letterhead</i> dengan <i>binder</i>	355
Gambar 4.192 <i>Mockup receipt</i>	356
Gambar 4.193 <i>Mockup DL Envelope</i>	358
Gambar 4.194 <i>Mockup</i> sisi belakang <i>DL Envelope</i>	359
Gambar 4.195 <i>Mockup C6 Envleope</i>	361
Gambar 4.196 <i>Mockup Wax Seal</i>	362
Gambar 4. 197 <i>Mockup rectangular stamp</i>	364
Gambar 4.198 <i>Mockup Rounded Stamp</i>	364

Gambar 4.199 <i>Mockup Guest Book</i>	365
Gambar 4.200 <i>Mockup isi Guest Book</i>	366
Gambar 4.201 <i>Mockup Email Signature</i>	368
Gambar 4.202 <i>Mockup polo shirt</i>	369
Gambar 4.203 <i>Mockup Lanyard</i>	370
Gambar 4.204 <i>Mockup Id Card</i>	371
Gambar 4. 205 <i>Mockup Storefront Signage</i>	373
Gambar 4.206 <i>Mockup Operational Hours Sign</i>	374
Gambar 4.207 <i>Mockup Regulatory Sign</i>	375
Gambar 4.208 <i>Mockup Wayfinding Sign</i>	377
Gambar 4.209 <i>Mockup Orientational Signs</i>	377
Gambar 4.210 <i>Mockup Wall Branding</i>	379
Gambar 4.211 <i>Mockup label karya</i>	382
Gambar 4.212 <i>Mockup 3D Wall Ornament</i>	383
Gambar 4.213 <i>Mockup Tri Fold Brochure</i>	385
Gambar 4.214 <i>Mockup Gate Fold Brochure</i>	386
Gambar 4.215 <i>Mockup Flyer</i>	387
Gambar 4.216 <i>Mockup Poster</i>	389
Gambar 4.217 <i>Mockup Hanging Banner</i>	390
Gambar 4.218 <i>Mockup Billboard Version 1</i>	392
Gambar 4.219 <i>Mockup Construction Banner</i>	393
Gambar 4.220 <i>Mockup Website Landing Page</i>	394
Gambar 4.221 <i>Mockup Instagram post</i>	395
Gambar 4.222 <i>Mockup Instagram Story</i>	396
Gambar 4.223 <i>Mockup Baseball Cap</i>	398
Gambar 4.224 <i>Mockup Tshirt</i>	400
Gambar 4.225 <i>Mockup Sticker Pack</i>	401
Gambar 4.226 <i>Mockup Button Pins</i>	402
Gambar 4.227 <i>Mockup Totebag</i>	404
Gambar 4.228 <i>Mockup Bible Cover</i>	405
Gambar 4.229 <i>Mockup E-Money</i>	407
Gambar 4.230 <i>Mockup Cover</i>	410
Gambar 4.231 <i>Mockup Table of Contents</i>	412
Gambar 4.232 <i>Mockup Spread Penjelasan Pattern</i>	415

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xvii
Lampiran 2 Form Bimbingan.....	xxiii
Lampiran 3 <i>NDA</i> Wawancara <i>Staff</i> Museum Katedral Jakarta.....	xxxix
Lampiran 4 <i>NDA</i> Wawancara Wakil Ketua Museum Katedral Jakarta.....	xl
Lampiran 5 <i>NDA</i> Wawancara Ketua Museum Katedral Jakarta.....	xli
Lampiran 6 Hasil Kuesioner	xlii
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Pengunjung.....	xlvi
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Staff Museum Katedral Jakarta.....	lii
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Wakil Ketua Museum Katedral Jakarta	lvii
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Ketua Museum Katedral Jakarta	lxii
Lampiran 11 Transkrip FGD 1.....	lxxxii
Lampiran 12 Transkrip FGD 2.....	lxxxv
Lampiran 13 Transkrip Wawancara Desainer Identitas Visual Katedral ...	lxxxvii
Lampiran 14 <i>Screenshot</i> Wawancara Desainer Identitas Visual Katedral ...	cxv
Lampiran 15 Transkrip Wawancara Andrea Isa	cxviii
Lampiran 16 <i>NDA</i> Wawancara Desainer Identitas Visual Katedral Jakarta.....	cxix
Lampiran 17 Dokumentasi Bimbingan Spesialis 1	cxx
Lampiran 18 Dokumentasi Bimbingan Spesialis 2.....	cxxi

