

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANNYA DALAM MEDIA PROMOSI MUSEUM ANJUK LADANG

Muhammad Ade Kurniansyah¹, Eko Agus Basuki Oemar²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhammad.17021264025@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
ekooemar@unesa.ac.id

Abstrak

Museum Anjuk Ladang merupakan salah satu objek wisata edukasi sejarah dan kebudayaan di Kabupaten Nganjuk yang menyimpan benda-benda peninggalan sejarah dan kebudayaan yang ditemukan di Kabupaten Nganjuk. Museum Anjuk Ladang memiliki ratusan koleksi dari rentang waktu yang panjang, mulai dari koleksi masa prasejarah sampai masa pra-kemerdekaan. Walaupun memiliki koleksi benda-benda sejarah yang banyak dan bertambah setiap tahunnya dan memiliki lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat, museum ini masih sepi dari kunjungan masyarakat dari dalam maupun luar Kabupaten Nganjuk, dan hal ini juga diperparah dengan keadaan pandemi Covid-19. Museum Anjuk Ladang sendiri juga sudah melakukan promosi melalui media-media seperti brosur, *booklet* maupun promosi di sosial media dengan menggunakan identitas visual lama yang kurang tidak mewakili ciri khas dan visi misi museum, juga tidak memenuhi kaidah desain, sehingga susah diaplikasikan ke beragam media. Oleh karena itu, peneliti merancang identitas visual yang baru dan menerapkannya ke media promosi yang bertujuan untuk menciptakan wajah baru bagi Museum Anjuk Ladang, dan juga untuk menarik minat masyarakat khususnya pelajar dan generasi muda untuk berkunjung ke museum. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan data primer, juga melalui studi pustaka dan sumber literatur lainnya untuk mengumpulkan data sekunder. Hasil dari perancangan ini berupa *softfile* logo, *mockup* turunan logo dan *mockup* dari media promosi.

Keywords: *Identitas visual*, media promosi, perancangan, Museum Anjuk Ladang

Abstract

Anjuk Ladang Museum is one of the historical and cultural educational tourism objects in Nganjuk Regency which stores historical and cultural heritage objects found in Nganjuk Regency. Anjuk Ladang Museum has hundreds of collections from a long time span, from prehistoric collections to pre-independence periods. Although it has a large collection of historical objects that increases every year and has a location that is easily accessible to the public, this museum is still quiet from public visits from inside and outside the Nganjuk Regency, and this is also exacerbated by the state of the Covid-19 pandemic. The Anjuk Ladang Museum itself has also carried out promotions through media such as brochures, booklets and promotions on social media using an old visual identity that does not represent the museum's characteristics and vision and mission, nor does it meet design rules, making it difficult to apply to various media. Therefore, the researchers designed a new visual identity and applied it to promotional media which aims to create a new face for the Anjuk Ladang Museum, and also to attract public interest, especially students and the younger generation to visit the museum. This study uses descriptive qualitative methods and through interview, observation and documentation techniques to collect primary data, also through literature studies and other literature sources to collect secondary data. The results of this design are logo softfiles, logo mockups and mockups from promotional media.

Keywords: *Visual identity, promotion media, design, Anjuk Ladang Museum*

PENDAHULUAN

Kabupaten Nganjuk berada di Provinsi Jawa Timur, yang dahulunya termasuk dalam lingkup wilayah beberapa kerajaan besar di Nusantara seperti Kerajaan Majapahit dan Kerajaan Mataram. Hal ini menjadikan Kabupaten Nganjuk memiliki berbagai macam peninggalan sejarah dan kebudayaan pada era Kerajaan tersebut. Kabupaten Nganjuk juga memiliki beberapa peninggalan sejarah dari era prasejarah sampai era kemerdekaan Republik Indonesia. Peninggalan sejarah tersebut antara lain fosil hewan purba, koleksi entografi dan koleksi numismatik seperti uang kertas dan koin kuno.

Peninggalan sejarah dan kebudayaan di Kabupaten Nganjuk saat ini tersimpan rapi dan menjadi koleksi dari Museum Anjuk Ladang, dimana museum ini adalah museum terbesar di Kabupaten Nganjuk yang menyimpan berbagai koleksi peninggalan sejarah dan kebudayaan. Koleksi yang terkenal dari Museum Anjuk Ladang didominasi oleh peninggalan sejarah dan kebudayaan pada era kerajaan seperti arca, batu berukir, fragmen, lingga, boneka kuno, keramik kuno, topeng, wayang, dan lain-lain. Menurut Nugroho (2017), menjadikan ragam koleksi-koleksi tersebut menjadi sumber pengetahuan tentang sejarah masa lalu khususnya di Kabupaten Nganjuk adalah hal yang seharusnya dilakukan semua pihak untuk merawat dan melestarikan budaya, sejarah dan pradaban. Menurut Yakin (2017), museum memiliki peran penting sebagai tempat untuk menyaksikan langsung gambaran peristiwa sejarah masa lalu yang bisa dijadikan bahan pembelajaran untuk generasi saat ini dan yang akan datang.

Seiring berjalannya waktu dengan banyaknya koleksi yang ada, juga didukung dengan biaya masuk museum yang gratis, Museum Anjuk Ladang masih belum bisa banyak menarik minat masyarakat awam untuk berkunjung (Puspitaningrum, 2019). Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Dinas Pariwisata, Pemuda, Olahraga dan Kebudayaan (Disparporabud) Kabupaten Nganjuk, pada hari-hari biasa kunjungan museum masih sepi dari kunjungan masyarakat awam dan masyarakat lokal Kabupaten Nganjuk. Sebagian besar pengunjung yang datang adalah para sejarawan atau masyarakat penikmat sejarah yang justru

datang dari luar Kabupaten Nganjuk. Hal ini didukung dengan hasil keterangan dari Amin Fuadi, *Kasi* Sejarah, Seni, Tradisi, dan Kebudayaan Disparporabud Nganjuk yang mengatakan bahwa rendahnya minat masyarakat untuk mengunjungi Museum Anjuk Ladang ini selain dari kurangnya fasilitas umum yang tersedia seperti tempat untuk memamerkan lokasi yang sempit sedangkan koleksi selalu bertambah setiap tahunnya, tempat parkir yang kecil, belum tersedianya kantin dan mushola, juga masih minimnya promosi yang dilakukan oleh pihak museum maupun dinas terkait. Masalah ini juga diperparah dengan terjadinya Pandemi *Covid 19* selama tahun 2020 yang menyebabkan tingkat kunjungan ke Museum Anjuk Ladang turun dari tahun sebelumnya.

Disparporabud Kabupaten Nganjuk sebelumnya sudah melakukan beberapa upaya seperti promosi dengan ikut serta dalam berbagai acara tentang sejarah dan kebudayaan seperti pameran dan lain-lain. Selain itu upaya yang dilakukan pihak pengelola museum adalah dengan membuat media promosi seperti *booklet*, *flyer*, *banner* dan juga promosi di media sosial. Identitas visual yang telah digunakan yaitu berupa logo museum masih memakai konsep yang rumit karena terlalu banyak menggunakan elemen visual yang tidak perlu dan tidak memiliki filosofi yang sesuai sehingga menjadikan logo tersebut sulit diterapkan pada media berskala kecil maupun media bordir, sablon dan lain-lain.

Menurut penjelasan dari Amin Fuadi yang juga selaku pengelola museum, Museum Anjuk Ladang memang belum pernah melakukan peremajaan atau *me-rebranding* citra identitas visual museum yang lama, sehingga saat ini dianggap menjadi waktu yang tepat untuk merubah tampilan identitas visual yang ada menjadi lebih modern dan diharapkan dapat menjadi pemicu masyarakat khususnya generasi muda untuk berkunjung ke museum pada saat pandemi telah berakhir. Aziz, Natalia dan Thabrany (2020) berpendapat bahwa museum perlu membuat identitas visual yang jelas yang dapat menyimbolkan jati dirinya dengan jelas, selain untuk menarik minat, juga untuk menanamkan kesan baik pada benak masyarakat.

Menurut Kusrianto dalam Januariansyah (2017), logo yang baik dan profesional memiliki

karakteristik antara lain, original atau berbeda dengan yang lain, unik, memiliki tingkat kejelasan keterbacaan yang tinggi sehingga memudahkan saat diaplikasikan ke beragam media, sederhana sehingga mudah diingat, dan dapat mewakili citra positif dari perusahaan dalam hal ini museum. Berdasarkan karakteristik logo tersebut, identitas visual Museum Anjuk Ladang yang ada masih kurang profesional, karena menggunakan beberapa foto dengan detail rumit yang digabungkan, juga masih menggunakan format PNG bukan format vector sehingga sulit apabila digunakan dalam berbagai ukuran karena bisa merusak kualitas logo. Ini juga menyebabkan logo tidak maksimal saat diaplikasikan dalam media promosi yang ada, karena apabila dicetak dalam ukuran kecil seperti di *booklet* dan *flyer*, logo akan susah dikenali. Menurut Anggoro dalam Januariansyah (2017), logo adalah bagian dari identitas perusahaan dalam hal ini museum, yang tujuan utamanya adalah sebagai simbol pembeda agar mudah dikenali, dan sebagai bentuk komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai ideal suatu perusahaan dan menciptakan persepsi yang kuat tentang merek atau perusahaan dan bersifat penting karena dapat menjadi pengingat khalayak akan perusahaan tersebut. Logo sebagai identitas visual menjadi pendukung dalam media promosi, agar berkesinambungan antara media satu dengan yang lainnya. Logo yang konsisten adalah hal yang penting dalam mempromosikan brand dalam berbagai media khususnya media digital (Hananto, 2019). Pembuatan media promosi juga berperan penting sebagai salah satu strategi untuk memberitahukan, membujuk, mengingatkan dan menarik kembali minat khalayak umum. Dalam hal ini untuk kembali berkunjung ke Museum Anjuk Ladang.

Menanggapi hal tersebut, penulis akan membuat solusi untuk masalah tersebut dengan membuat sebuah identitas visual yaitu logo serta menerapkannya dalam media promosi untuk memvisualkan nilai-nilai dan visi-misi Museum Anjuk Ladang, juga untuk menarik minat khalayak agar berkunjung kembali ke Museum Anjuk Ladang melalui media promosi yang dibuat. Perancangan identitas visual ini akan digunakan menjadi logo utama Museum Anjuk Ladang, juga diterapkan pada desain turunan logo seperti kop surat, stempel, stiker, seragam

pegawai, dan juga digunakan pada media promosi digital seperti *feed Instagram*, *Instastory* dan *facebook*.

Melalui identitas visual dalam bentuk logo yang dibuat dan diaplikasikan ke berbagai media promosi, diharapkan dapat digunakan untuk menjadi wajah baru yang merepresentasikan nilai-nilai dan visi misi yang sesuai dengan karakteristik Museum Anjuk Ladang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana proses perancangan identitas visual dan penerapannya dalam media promosi Museum Anjuk Ladang? Bagaimana hasil perancangan identitas visual dan bagaimana penerapan identitas visual pada media promosi?.

METODE PERANCANGAN

Metode adalah suatu prosedur maupun cara untuk mengetahui sesuatu yang memiliki langkah-langkah sistematis (Suriasumantri, 2007 dalam Soewardikoen, 2019:1). Metode yang digunakan oleh peneliti untuk merancang identitas visual Museum Anjuk Ladang dan penerapannya dalam media promosi adalah metode penelitian kualitatif, dan jenis penelitian deskriptif. Metode ini bersifat umum, eksploratif, fleksibel dan bisa berkembang selama proses penelitian. Menurut Sugiyono (2016: 8), analisis data yang dilakukan bersifat induktif yaitu berdasarkan hasil nyata di lapangan dan metode kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan data yang medetail dan mengandung makna. Menurut Rustan (2021:98), dalam perancangan identitas visual yang profesional, langkah awal yang dilakukan adalah riset, karena tanpa riset dirasa sulit untuk menemukan solusi pada permasalahan yang ada. Metode observasi, wawancara dan dokumentasi digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data dan ditampilkan dalam bentuk deskriptif.

Data yang diperoleh berasal dari data primer dan data sekunder yang penulis kumpulkan. Adapun data primer didapatkan dari metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode observasi yaitu pengamatan oleh penulis secara langsung ke Museum Anjuk Ladang untuk mengetahui seluk beluk, karakteristik dan visi-misi museum secara lengkap dan mendalam. Metode wawancara dilakukan secara langsung dengan informan Bapak Amin Fuadi selaku *Kasi*

Sejarah, Seni, Tradisi, dan Kebudayaan Disparporabud Nganjuk yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah museum, tata kelola museum secara umum dan masalah-masalah yang dihadapi museum saat ini sehingga diperlukan peremajaan yang dalam hal ini adalah perubahan identitas visual. Metode dokumentasi dilakukan penulis dengan mengumpulkan data-data dalam bentuk foto maupun berkas-berkas pendukung seperti logo museum yang lama, *flyer* dan *booklet* yang telah dibuat serta arsip-arsip lainnya. Data-data tersebut dijadikan acuan utama dalam proses perancangan ulang identitas visual. Data sekunder diperoleh dari luar lingkup museum seperti dari artikel, jurnal ilmiah, buku dan kajian pustaka lain yang berhubungan dengan objek yang akan dirancang oleh penulis yang digunakan sebagai pendukung data primer.

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2016: 244), analisis data adalah sebuah proses menyusun data-data yang diperoleh sebelumnya secara sistematis sehingga lebih mudah dimengerti saat ditampilkan kepada orang lain. Penulis menggunakan metode analisis data Miles & Hubberman dalam Sugiyono (2016: 246-253) yang dibagi menjadi tiga tahap yaitu proses reduksi data, proses penyajian data dan yang terakhir verifikasi data atau kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap penyederhanaan data dengan memilah, merangkum dan mengelompokkan data-data utama dan mencari pola pada informasi yang dianggap penting. Pengelompokkan bisa berdasarkan kategorisasi huruf besar atau kecil, angka, gambar dan lain-lain. Proses ini memerlukan ketelitian, pengetahuan dan wawasan yang luas terutama terhadap objek penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah data selesai direduksi maka data siap untuk disajikan atau ditampilkan. Bisa dalam bentuk diagram, bagan maupun *flowchart*. Namun, untuk penelitian kualitatif ini penulis menyajikan data dalam bentuk teks deskriptif, agar data yang disajikan bisa lebih mudah dipahami oleh pembaca.

3. Verifikasi/Kesimpulan

Merupakan langkah terakhir dalam analisis data yang pada awalnya kesimpulan masih bersifat sementara karena belum ada bukti kuat yang

mendukung, apabila data awal yang ditemukan dan disajikan didukung oleh data valid dan konsisten, maka saat peneliti kembali ke lapangan data itu bisa menghasilkan sebuah kesimpulan yang kredibel. Setelah data selesai dianalisis, maka langkah selanjutnya adalah penyusunan proses kreatif perancangan karya desain, agar tahap perancangan tersebut lebih terstruktur dan tidak keluar dari fokus perancangan yang didapat dari analisis data sebelumnya. Tahapan selanjutnya yaitu memvisualisasikan desain kedalam bentuk *thumbnail*, *tightissue* dan *prototype* final desain yang dilanjutkan dengan proses peninjauan kembali dan revisi oleh Bapak Amin Fuadi selaku pengelola Museum Anjuk Ladang. Tahap terakhir yaitu proses finalisasi desain identitas visual berupa logo dan turunannya seperti kop surat, stempel, stiker, souvenir dan lain-lain, serta menerapkan identitas visual tersebut ke dalam media promosi.

Untuk memperjelas alur metode analisis data di atas, penulis menggambarkannya dalam bentuk diagram di bawah ini.

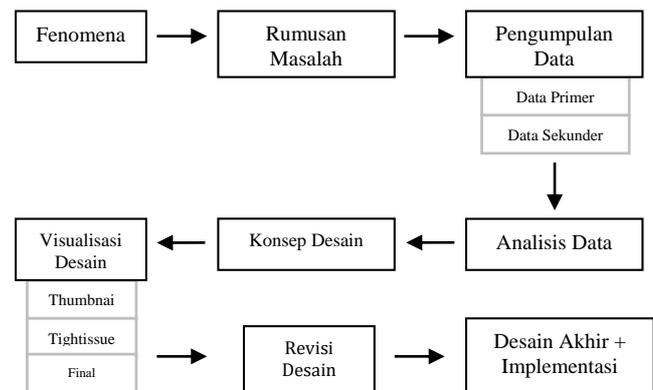


Diagram 1. Alur proses perancangan
(Sumber: Kurniansyah, 2021)

Subjek dalam perancangan ini adalah Museum Anjuk Ladang. Sejak mulai dibangun pada tahun 1993, museum difungsikan sebagai tempat untuk menyimpan, merawat mengamankan dan memanfaatkan koleksi benda-benda bersejarah yang ditemukan di Kabupaten Nganjuk sebagai sarana edukasi dan cagar budaya. Benda-benda koleksi di museum ini antara lain peninggalan arkeologis sejak masa prasejarah, klasik, kolonial masa islam hingga masa pasca

kemerdekaan. Penelitian ini dilaksanakan di Museum Anjuk Ladang yang berlokasi di Jl. Gatot Subroto No. 104 Nganjuk.

KERANGKA TEORETIK

1. Identitas Visual Museum

Dalam sebuah entitas atau dalam hal ini perusahaan, identitas visual berfungsi sebagai cerminan dari karakteristik maupun visi-misi perusahaan tersebut (Putra, 2020). Logo adalah identitas dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan. Menurut Thabroni (2019), sebagai bentuk visual, identitas visual menampilkan simbol yang mencerminkan citra yang hendak ditampilkan. Identitas visual juga harus selaras dengan nilai-nilai, karakteristik dan visi-misi sebuah perusahaan. Identitas visual disebut juga sebagai simbol perusahaan, bisa berbentuk logo maupun lambang dengan tujuan agar mudah diingat. Identitas visual yang dirancang juga diaplikasikan dalam media promosi.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa identitas visual adalah citra visual dalam bentuk logo dan turunan-turunannya yang menggambarkan nilai-nilai, karakteristik dan visi-misi perusahaan. Citra ini yang menjadi pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Keunikan dari karakteristik yang ditampilkan menjadi sebuah penguat bagi perusahaan agar lebih mudah dikenali khalayak.

Menurut Aziz, Natalia, dan Thabrany (2020), museum perlu memiliki identitas visual berupa logo sebagai media yang merepresentasikan jatidiri, visi-misi dan ciri khas yang sejalan dengan museum.

2. Fungsi Identitas Visual Pada Museum

Museum perlu untuk membuat sebuah identitas visual, karena identitas visual dapat dimanfaatkan sebagai media pengembangan bisnis atau dalam hal ini untuk memperluas target pengunjung. Menurut Direktorat Perlindungan Kebudayaan (2015), identitas visual memiliki tiga fungsi dasar, yaitu:

- a. Sarana Identifikasi
Identitas visual dapat menjadi media yang mengidentifikasi tentang seperti apa museum tersebut, sejarah, ciri khas dan

keunikan lainnya. Identitas visual membuat museum mudah dikenali dan diingat oleh pengunjung.

- b. Sarana Informasi dan Instruksi
Identitas visual berfungsi juga untuk menunjukkan informasi yang ada dalam museum, seperti penunjuk arah, peta, diagram, simbol-simbol, maupun petunjuk lainnya. Identitas visual yang komunikatif dan bersifat universal akan memudahkan pengunjung untuk mengerti pesan yang disampaikan.
- c. Sarana Presentasi dan Promosi
Fungsi ketiga dari identitas visual adalah sebagai media presentasi dan promosi dengan cara menyampaikan pesan untuk mendapatkan perhatian dari segi visual.

3. Pentingnya Identitas Visual Pada Museum

Menurut Bluesodapromo dalam Aldo, Natadjaja, & Febriani (2018), identitas visual atau logo adalah simbol dari yang mengidentifikasi ciri khas suatu perusahaan atau lembaga. Logo juga menjadi wajah yang menampilkan karakteristik lembaga yang membedakannya dengan lembaga lainnya, sehingga logo dituntut harus memiliki nilai keunikan dan menjelaskan pesan dari lembaga tersebut.

4. Manfaat Identitas Visual Pada Museum

Identitas visual dalam bentuk logo adalah salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah lembaga. Dengan adanya sebuah logo profesional yang dimiliki, maka akan bermanfaat pada *branding* lembaga tersebut. Menurut Jacob Cass dalam situs Justcreative.com, ada lima manfaat yang diperoleh lembaga jika memiliki logo yang profesional, yaitu:

- a. Membuat kesan pertama yang bagus kepada pelanggan atau pengunjung.
- b. Dirancang dengan konsep dan strategi yang profesional sehingga relevan dengan karakteristik lembaga.
- c. Bisnis atau lembaga mendapatkan sebuah identitas yang baik
- d. Menggambarkan citra lembaga yang profesional.

- e. Memiliki berbagai format logo yang benar dan bisa diterapkan ke berbagai variasi media.

Dengan manfaat-manfaat diatas, maka sebuah identitas visual yang profesional perlu dimiliki oleh Museum Anjuk Ladang sebagai lembaga yang profesional dalam menyimpan koleksi temuan sejarah di Kabupaten Nganjuk untuk menyimbolkan ciri khas dan karakteristik museum, juga berfungsi sebagai penarik minat para pengunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Data

Tahapan yang pertama dalam identifikasi data adalah observasi yang dilakukan oleh penulis secara langsung di Museum Anjuk Ladang, dimana penulis mendapatkan berbagai informasi seperti sarana prasarana yang tersedia, keadaan museum saat pandemi, dan koleksi-koleksi yang ditampilkan.

Setelah melakukan observasi, peneliti melanjutkan tahapan wawancara dengan pihak pengelola museum yaitu Bapak Amin Fuadi, yang menghasilkan berbagai informasi mengenai tata kelola museum, masalah-masalah yang dihadapi museum, promosi yang dilakukan masih kurang optimal dan adanya keinginan untuk merubah citra Museum Anjuk Ladang agar menjadi lebih modern dan tidak membosankan, juga untuk mencapai pasar pengunjung yang semakin luas khususnya untuk menarik minat anak muda. Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang identitas visual.

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data-data pendukung dalam bentuk foto dan informasi lainnya yang akan dijadikan referensi dalam perancangan identitas visual seperti visi-misi dan karakteristik museum.

Proses pengumpulan data sekunder melalui studi literatur pada artikel, jurnal ilmiah dan buku-buku terkait tentang objek perancangan menghasilkan informasi mengenai pentingnya identitas visual sebagai citra yang menggambarkan wajah museum. Juga diperolehnya informasi dan pengetahuan mengenai cara mendesain identitas visual yang

baik yang bisa dijadikan pedoman dalam merancang logo museum yang baru.



Gambar 1. Logo Museum Anjuk Ladang saat ini
(Sumber: Museum Anjuk Ladang, 2021)

2. Analisis Data

Analisis data Miles & Hubberman yang digunakan dalam perancangan ini, yaitu:

a. Reduksi Data

Berdasarkan dari data yang sudah penulis kumpulkan melalui metode-metode pengumpulan data yang disebutkan diatas, maka didapatkan informasi utama tentang Museum Anjuk Ladang. Informasi yang diperoleh cukup beragam, yang pertama adalah informasi mengenai sejarah berdirinya Museum Anjuk Ladang dan acara atau *event-event* yang pernah diadakan disana. Museum Anjuk Ladang didirikan pada tahun 1996 pada masa kepemimpinan Bupati Soetrisno, yang pada awalnya bangunan museum ini dipergunakan sebagai kantor Disparporabud Kabupaten Nganjuk dan baru pada tahun 2003 resmi beralih fungsi penuh sebagai Museum yang menyimpan koleksi-koleksi benda-benda bersejarah yang ditemukan di Kabupaten Nganjuk. Museum Anjuk Ladang juga sering mengadakan pameran-pameran untuk mempromosikan dan mengenalkan koleksi-koleksi yang ada di museum, juga sering diadakan kunjungan pelajar ke museum untuk belajar dan melihat secara langsung koleksi-koleksi cagar budaya yang dipamerkan.

Kedua adalah informasi mengenai jenis dan ragam koleksi museum yang dipamerkan yang menjadi objek utama dan tentunya paling menarik dari Museum Anjuk Ladang ini. Museum Anjuk Ladang memiliki ragam koleksi yang sangat banyak, dan dalam rentang waktu yang panjang,

mulai dari koleksi zaman prasejarah, koleksi zaman kerajaan Nusantara sampai koleksi pada zaman pra kemerdekaan. Banyak dan beragamnya koleksi di Museum Anjuk Ladang ini sayangnya kurang didukung dengan fasilitas yang memadai. Walaupun tiap tahun koleksi museum ini selalu bertambah, namun kurang luasnya tempat pameran dan tempat penyimpanan museum menjadi kendala.

Informasi yang ketiga adalah data mengenai visi-misi museum, nilai sejarah dari museum ini yang juga tata kelola museum saat ini yang didalamnya membahas juga tentang kendala-kendala yang dihadapi oleh pengelola museum seperti kunjungan masyarakat yang sepi dan minimnya fasilitas umum yang tersedia di Museum Anjuk Ladang.

b. Penyajian Data

- 1) Museum Anjuk Ladang membutuhkan sebuah identitas visual baru dalam bentuk logo untuk peremajaan dan juga merambah target yang lebih luas.
- 2) Identitas visual menggambarkan citra karakteristik Museum Anjuk Ladang.
- 3) Identitas visual yang baru yang ditampilkan memiliki citra visual yang modern, simpel, komunikatif dan menampilkan visi-misi museum.

c. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran analisis data di atas, dapat disimpulkan bahwa Museum Anjuk Ladang adalah museum di Kabupaten Nganjuk yang menyimpan beragam koleksi sejarah dan kebudayaan. Museum Anjuk Ladang memiliki keunikan dan ciri khas antara lain, koleksi temuan sejarah dengan rentang waktu yang luas, mulai dari era prasejarah sampai era pasca kemerdekaan, juga menyimpan koleksi temuan yang hanya ada di Kabupaten Nganjuk seperti prasasti Anjuk Ladang, selain itu terdapat pula koleksi boneka Lara Bengok khas Kabupaten Nganjuk yang biasa digunakan sebagai pelengkap ritual atau sesajen para perias pengantin putri. Dengan adanya ciri khas dan keunikan tersebut, maka penulis akan merancang ulang logo Museum Anjuk Ladang yang lama, menjadi identitas visual museum baru dengan memperhatikan metode dan kaidah desain yang telah dijabarkan diatas, sehingga mampu menciptakan identitas visual baru yang

profesional dan mampu menyimbolkan ciri khas dan karakteristik Museum Anjuk Ladang.

Target pengunjung yang diharapkan adalah para pelajar dan generasi muda di Kabupaten Nganjuk yang kurang tertarik dengan sejarah dan kebudayaan, dengan hasil perancangan identitas visual yang baru serta diterapkan di media promosi diharapkan lebih menarik minat pengunjung walaupun hanya sekedar sebagai tempat untuk berfoto. Antusiasme para pengunjung dari generasi muda tersebut tentu diharapkan menjadi pemicu kunjungan agar lebih meningkat dan Museum Anjuk Ladang menjadi tempat wisata edukasi yang populer di Kabupaten Nganjuk.

3. Konsep Desain

Konsep perancangan identitas visual Museum Anjuk Ladang ini menggunakan kombinasi antara *logogram* dan *logotype*. Menurut situs *Grapiku.com*, logo jenis kombinasi ini dapat menjadi pilihan baik karena logo bisa digunakan di berbagai media dan kebutuhan, serta logo akan lebih terpadu dan memperkuat citra brand.

Tema utama dalam perancangan logo Museum Anjuk Ladang ini adalah untuk membentuk citra museum agar lebih *fresh*, menarik dan modern atau tidak terkesan kuno. Pesan visual yang ditampilkan yaitu berupa kumpulan beberapa ikon yang melambangkan ciri khas museum, seperti siluet Resi yang melambangkan sosok yang dianggap berpengaruh dalam proses penyebaran budaya dan peradaban di Kabupaten Nganjuk, ikon Prasasti Anjuk Ladang sebagai lambang atau bukti berdirinya wilayah bernama Kabupaten Nganjuk, juga simbol tangan melingkar yang melambangkan perawatan, pemanfaatan dan pelestarian dalam hal ini koleksi cagar budaya yang tersimpan di Museum Anjuk Ladang. Pesan verbalnya berupa *logotype* bertuliskan Museum Anjuk Ladang sebagai identitas nama museum.

Gaya desain yang digunakan dalam perancangan logo ini adalah gaya *pictorial mark* yang menampilkan pesan yang disampaikan melalui bentuk gambar atau ikon. Menurut situs *saveasbrand.com*, gaya *pictorial mark* ini selain karena bisa mewakili karakteristik dan ciri khas museum, gaya desain ini juga sederhana, ikonik,

unik dan mudah diingat. Bentuknya yang simpel juga dianggap lebih modern sehingga bisa diaplikasikan ke berbagai media pendukung.

Dalam rangka memaksimalkan penggunaan identitas visual ini, diperlukan media pengaplikasian yang sesuai. Logo ini akan diterapkan dalam berbagai media, dari skala kecil sampai media berskala besar, antara lain kartu nama, kop surat, stempel, seragam pegawai, stiker, souvenir, konten promosi media sosial hingga *banner*, *billboard* dan lain-lain. Media-media ini dipilih karena dianggap menarik, komunikatif dan fungsional, juga media ini nantinya akan bersinggungan langsung dengan *audiens* dalam hal ini pengunjung museum, sehingga bisa meningkatkan *brand awareness* pada citra museum yang baru.

4. Visualisasi Desain

Tahapan pertama dalam visualiasi desain yang dilakukan penulis adalah riset dan mencari referensi logo yang relevan dengan Museum Anjuk Ladang. Setelah ditemukan berbagai macam referensi desain, maka penulis akan melakukan diskusi dengan pihak museum mengenai referensi gaya desain yang cocok dengan Museum Anjuk Ladang.



Gambar 2. Referensi desain (Sumber: Pinterest.com, 2021)



Gambar 3. Unsur visual pembentuk logo (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Tahap selanjutnya adalah pembuatan sketsa kasar atau thumbnail logo dengan menggunakan

ciri khas dan karakteristik Museum Anjuk Ladang sebagai data visual, antara lain gambar siluet Prasasti Anjuk Ladang sebagai simbol ikonik bukti peradaban di Kabupaten Nganjuk, dua tangan menengadahkan sebagai bentuk dasar atau pondasi dari logo karena menyimbolkan kepedulian, perawatan, pemeliharaan dan pelestarian benda-benda cagar budaya dan peninggalan sejarah. Bentuk visual yang kedua adalah gambar siluet dari seorang resi. Menurut Hadi dalam Kompas.com (2021), dahulu di Kabupaten Nganjuk, khususnya wilayah Kecamatan Ngetos tempat dimana Candi Ngetos berdiri, banyak tokoh-tokoh Resi, orang-orang yang dianggap suci atau para pendeta Hindu terkenal tinggal disana, dan wilayah ini merupakan salah satu pusat peradaban agama Hindu terbesar di wilayah Kerajaan Majapahit.



Gambar 4. Alternatif sketsa logo Museum Anjuk Ladang (sumber: Kurniansyah, 2021)

Setelah proses penjaringan ide dilakukan, selanjutnya penulis merancang lima sketsa alternatif yang nantinya akan dipilih oleh Bapak Amin Fuadi selaku pengelola museum. Pada sketsa alternatif nomor 1,2, dan 3 menggunakan konsep utama yang sama yaitu mengembangkan *basic shape* dari Prasasti Anjuk Ladang sebagai pembentuk logo utama. Sedangkan logo nomor 4 dan 5 masih menggunakan *basic shape* dari prasasti, juga memasukkan gambar siluet dari seorang Resi yang sedang duduk dilengkapi dengan sinar mahkota di atas kepala yang melambangkan tokoh suci dan penting dalam proses pendirian peradaban khususnya agama Hindu di Kabupaten Nganjuk pada jaman dahulu.

Ditambah dengan garis melingkar di luar objek prasasti sebagai simbol dari tangan yang melindungi, merawat dan melestarikan cagar budaya di Kabupaten Nganjuk.



Gambar 5. Dua alternatif sketsa terpilih yang digunakan sebagai *tightissue* (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Setelah dilakukan diskusi kembali dengan pihak pengelola museum, maka dipilihlah sketsa nomor 4 dan 5 sebagai bentuk dasar dan menggabungkan dua konsep tersebut yang dianggap cocok merepresentasikan Museum Anjuk Ladang. Pada tahap ini penulis menggunakan *software Adobe Photoshop* sebagai *software* untuk membuat sketsa dan warna dasar. Pihak museum memilih alternatif logo nomor 5 yang dirasa lebih menarik, dan mewakili citra museum juga sederhana, sehingga mudah diaplikasikan ke berbagai *template* media mulai dari yang berukuran kecil hingga besar. Namun alternatif logo ini masih dirasa perlu diperbaiki antara lain untuk warna biru dan emas yang digunakan kurang kontras dan merapikan outline agar terlihat simetris dan memperjelas detail pada gambar siluet Resi.



Gambar 6. Logo Final Museum Anjuk Ladang (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Setelah mendapat masukan dari pihak museum, penulis memperbaiki kembali logo yang diajukan sebelumnya menggunakan *software Adobe Illustrator* sebagai pengolah grafik berbasis vektor, sehingga didapatkan file logo final. Perbaikan yang dilakukan antara lain perubahan warna biru dan emas agar tampak lebih kontras, membuat *outline* agar simetris dan konsisten, menyamakan bentuk prasasti dengan bentuk melingkar diluarnya agar tampak lebih rapi.



Gambar 7. Skema warna logo Museum Anjuk Ladang (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Menurut Luzar dan Monica (2011), warna biru sebagai warna primer melambangkan profesionalisme, kemandirian, pengetahuan dan pantang menyerah dan modern yang mana filosofi ini sejalan dengan semangat Museum Anjuk Ladang yang berdiri dan berusaha melestarikan benda-benda prasejarah yang ditemukan di Kabupaten Nganjuk walaupun dengan segala keterbatasan yang dimiliki. Warna abu-abu sebagai warna sekunder terinspirasi dari warna bebatuan, arca dan prasasti serta fosil tulang sebagai bukti peradaban dan kebudayaan yang menjadi koleksi Museum Anjuk Ladang. Warna abu-abu juga melambangkan keseriusan, intelektual, tanggung-jawab dan kematangan. Menurut Braam dari situs colorpsychology.org, warna emas melambangkan kejayaan, kemenangan, pencapaian, kepedulian dan kemakmuran. Filosofi ini diambil dari asal nama Anjuk Ladang sendiri yang berarti Tanah Kemenangan, dan juga semboyan Kabupaten Nganjuk yaitu Baswara Yudhia Karana yang berarti Cemerlang Karena Perjuangan.



Gambar 8. Jenis *font* untuk logo Museum Anjuk Ladang (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Pesan visual dalam logo berupa tipografi dalam identitas visual museum ini menggunakan jenis *font sanserif* yaitu Ubuntu. Menurut Lifa dalam situs journal.moselo.com, jenis *font* ini digunakan karena memiliki karakter yang kuat, mudah dibaca, bersih dan modern. Bentuk huruf yang tegas dan tebal mempermudah jenis huruf ini untuk diaplikasikan ke berbagai media dalam berbagai ukuran.



Gambar 9. *Grid system* dan *secure area* logo Museum Anjuk Ladang
(Sumber: Kurniansyah, 2021)

Untuk menjaga bentuk logo agar tetap proporsional walaupun diubah ke berbagai bentuk, maka digunakanlah sistem *grid* atau garis. Agar penempatan logo menjadi rapi saat di sandingkan dengan objek lain maka dibuat lah *secure area* atau jarak aman saat diaplikasikan.

5. Penerapan Identitas Visual



Gambar 10. Penerapan identitas visual pada papan tanda gedung museum
(Sumber: Kurniansyah, 2021)

Logo versi vertikal digunakan pada papan tanda yang berada di depan bangunan museum sebagai penanda utama lokasi Museum Anjuk Ladang. Menggunakan media dengan warna dasar putih yang kontras dengan warna logo dan teks bisa terlihat dengan jelas walaupun dari kejauhan.



Gambar 11. Penerapan identitas visual pada papan penunjuk arah
(Sumber: Kurniansyah, 2021)

Papan tanda jalan berukuran 30cm x 90cm yang akan digunakan sebagai penanda arah ke museum yang akan diletakkan di jalan-jalan strategis menuju arah Museum Anjuk Ladang.



Gambar 12. Penerapan identitas visual pada *billboard* dan *X-banner*
(Sumber: Kurniansyah, 2021)

Pengaplikasian logo pada *billboard* bertujuan sebagai media promosi berskala besar yang diletakkan di area strategis sehingga bisa dilihat oleh khalayak ramai juga untuk meningkatkan brand awareness museum dan media *X-banner* digunakan sebagai media promosi berskala kecil yang bisa digunakan untuk kepentingan *event* atau acara-acara terkait promosi Museum Anjuk Ladang. Logo diletakkan pada bagian atas dengan konsistensi *background* putih agar logo dapat terlihat dengan jelas.

“Perancangan Identitas Visual dan Penerapannya dalam Media Promosi Museum Anjuk Ladang”



Gambar 13. Penerapan identitas visual pada umbul-umbul (Sumber: Kurniansyah, 2021)

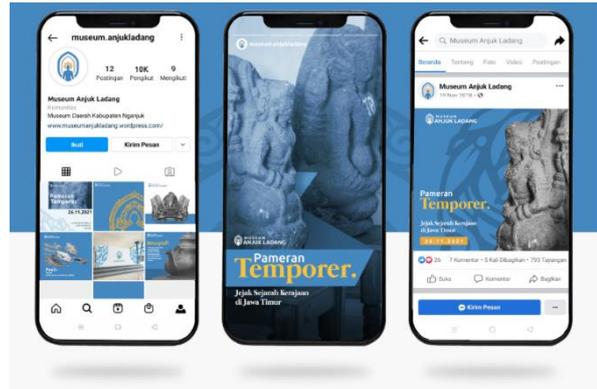
Logo diaplikasikan pada media umbul-umbul sebagai media promosi yang isinya kontennya bisa disesuaikan dengan acara-acara yang sedang berlangsung. Menggunakan warna dominan biru, putih dan abu-abu sebagai *brand color* dari Museum Anjuk Ladang. Logo diletakkan pada bagian atas dengan *background* putih polos dan dengan ukuran yang besar sehingga bisa terlihat dengan jelas walaupun berada di tempat yang tinggi.



Gambar 14. Penerapan identitas visual pada stiker mobil (Sumber: Kurniansyah, 2021)

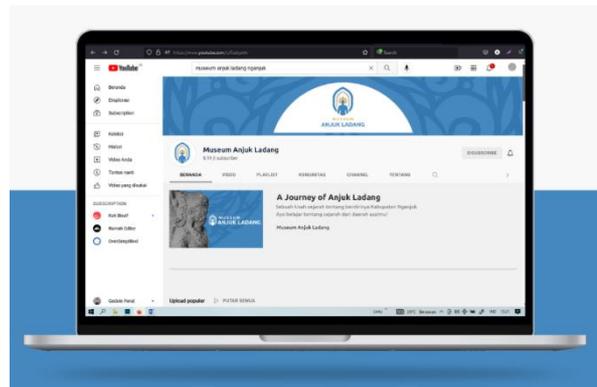
Museum juga banyak melakukan kegiatan di lapangan seperti penggalan benda-benda

bersejarah, mengikuti acara-acara pameran, acara pelestarian lingkungan, maka media promosi berupa stiker pada mobil dinas juga dirasa perlu dibuat sebagai media pendukung promosi.



Gambar 15. Penerapan identitas visual pada *feed Instagram, Instastory* dan *Facebook* (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Sebagai media promosi online, logo diterapkan pada profil *Instagram* dan *Facebook*. Logo juga diterapkan di setiap *feed* dan *instastory* yang akan diunggah sebagai bentuk konsistensi dan untuk meningkatkan kesadaran *brand* bagi pengguna internet.



Gambar 16. Penerapan identitas visual pada *channel YouTube* (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Penerapan logo pada akun *YouTube* museum berupa *profil picture*, *banner* dan *thumbnail* pada setiap video yang diunggah. Media *YouTube* bisa menjadi media utama dalam penyebaran promosi dalam bentuk audio visual baik berupa *cinematic video*, *aftermovie* maupun kegiatan *live streaming* saat ada acara yang berlangsung.



Gambar 17. Penerapan identitas visual pada *website* (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Penerapan identitas visual pada desain *website* berupa penempatan logo di *landingpage website* dan juga penggunaan warna brand museum yang didominasi warna biru dan abu-abu. Media *website* digunakan juga sebagai media untuk mempromosikan koleksi museum maupun *event-event* yang sedang dan akan berlangsung nantinya.



Gambar 18. Penerapan identitas visual pada *merchandise* (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Identitas visual juga diterapkan pada *souvenir* yang digunakan sebagai buah tangan yang bisa didapatkan setelah berkunjung ke museum juga setelah tidak langsung menjadi media promosi yang menarik dan bermanfaat. Penerapan identitas visual pada *souvenir* juga bisa meningkatkan kesadaran akan merk Museum Anjuk Ladang.



Gambar 19. Penerapan identitas visual pada *stationery* (Sumber: Kurniansyah, 2021)

Identitas visual juga diterapkan dalam media-media pendukung operasional museum seperti pada alat tulis dan kantor antara lain map, kop surat, kartu nama, amplop dan stempel.

SIMPULAN DAN SARAN

Museum Anjuk Ladang adalah museum terbesar di Kabupaten Nganjuk yang menyimpan berbagai koleksi benda-benda peninggalan sejarah dan kebudayaan dalam rentang waktu yang panjang, mulai dari era prasejarah sampai pasca kemerdekaan. Walaupun memiliki banyak koleksi sejarah yang beragam dan juga lokasinya mudah di akses masyarakat umum, wisata edukasi sejarah seperti museum cenderung kurang populer dibandingkan dengan objek wisata hiburan lainnya. Museum Anjuk Ladang sendiri juga sudah melakukan promosi melalui media-media seperti brosur, *booklet* maupun promosi di sosial media dengan menggunakan identitas visual yang lama namun susah diaplikasikan ke beragam media, sehingga dianggap perlu merancang identitas visual museum baru yang profesional dan memenuhi kaidah desain sehingga melambangkan visi-misi, karakteristik dan citra positif dari Museum Anjuk Ladang. Ciri khas dan keunikan Museum Anjuk Ladang antara lain, memiliki koleksi dengan rentang waktu yang panjang, terdapat prasasti Anjuk Ladang yang menjadi ikon bersejarah tentang berdirinya Kabupaten Nganjuk, juga koleksi boneka Lara Bengok yang dahulu biasa digunakan sebagai pelengkap ritual perias pengantin putri.

Pada perancangan ini penulis merancang identitas visual dalam bentuk logo dan turunannya menggunakan gaya *pictorial mark* dengan desain *simple* yang modern, *fresh* dan menarik serta

sejalan dengan visi-misi Museum Anjuk Ladang sehingga relevan, juga estetis dari segi desain dan tetap mudah dikenali apabila diterapkan ke berbagai media promosi, baik yang berskala kecil sampai besar atau media promosi konvensional maupun digital mulai dari papan tanda, *billboard*, *banner*, media sosial, souvenir dan lain-lain yang diharapkan juga dapat merambah target pasar yang lebih luas khususnya pelajar dan generasi muda yang kurang tertarik mengunjungi wisata edukasi sejarah.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini saran yang dapat penulis berikan kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan perancangan serupa di Museum Anjuk Ladang adalah untuk lebih berfokus kepada media dan strategi promosi yang akan dilakukan, karena di Museum Anjuk Ladang memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan namun untuk sistem media promosi masih belum efektif dan belum bisa menarik minat pengunjung yang lebih luas.

REFERENSI

- Aldo, L., Natadjaja, L., Febriani, R. (2018). Perancangan Visual Branding Dan Promosi Che's Bakery di Samarinda. *Jurnal Adiwarna Vol.1*, 5.
- Aziz, N. T. (2020). Perancangan Identitas Visual Museum Tanah dan Pertanian. *Journal Packaging And Technology*, 36.
- Braam, H. V. 2020, September 9. *Gold Color Psychology And Meaning*. Retrieved from colorpsychology.org <https://www.colorpsychology.org/gold/> (Diakses pada 20 Desember 2021)
- Cass J. 2018, April 2. *Top 6 Benefits of Professional Logo Design*. Retrieved from JustCreative.com <https://justcreative.com/professional-logo-design-benefits/> (Diakses pada 20 Desember 2021)
- Hadi, U. 2021, Agustus 27. *Melihat Candi Ngetos, Tempat Penghormatan Raja Hayam Wuruk di Kaki Gunung Wilis* from Kompas.com: <https://regional.kompas.com/read/2021/03/15/083916178/melihat-candi-ngetos-tempat-penghormatan-raja-hayam-wuruk-di-kaki-gunung?page=all> (Diakses pada 21 Desember 2021)
- Hananto, B. A. (2019). Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur*, 57.
- Januariansyah, S. (2017). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien. *Jurnal Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kebudayaan. 2015, Agustus 25. *Peran Desain Komunikasi Visual dalam Kontek Museum* Retrieved from serupa.id: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/dpk/fungsi-dan-peran-desain-komunikasi-visual-dalam-kontek-museum/> (Diakses pada 26 Desember 2021)
- Lifia. 2019, September 3. *Tipografi: Dari Kontras Hingga Psikologi*. Retrieved from journal.moselo.com: <https://journal.moselo.com/tipografi-dari-kontras-hingga-psikologi-ebd8dfc49d80> (Diakses pada 26 Desember 2021)
- Luzar, L.C., Monica (2011). Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan *Jurnal Humaniora Vol.2*. 1090-1092.
- Nugroho, I. 2017, Januari 17. *Memuseumkan Museum Anjuk Ladang Nganjuk*. Retrieved from surya.co.id: <https://surabaya.tribunnews.com/2017/01/17/memuseumkan-museum-anjuk-ladang-nganjuk> (Diakses pada 2 Maret 2021)
- Puspitaningarum, D. 2019, Mei 14. *Pemkab Nganjuk Inisiasi Pindahkan Museum Anjuk Ladang*. Retrieved from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/deasy28/5cdab73a6db8435d8c5af003/pemkab-nganjuk-inisiasi-pindahkan-museum-anjukladang?page=all> (Diakses pada 3 Maret 2021)
- Putra, R. W. (2019). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rustan, S. (2021). *Buku Logo I*. Bandung: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Thabroni, G. 2019, Agustus 27. *Desain Komunikasi Visual (DKV): Penjelasan lengkap*. Retrieved from serupa.id: <https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/> (Diakses pada 7 Maret 2021)
- Yakin, A. 2018, Februari 12. *Museum Anjuk Ladang Potret Peradaban Nganjuk pada Masa Lalu*. Retrieved from [lingkarjatim.com](https://lingkarjatim.com/lingkar-utama/museum-anjuk-ladang-potret-peradaban-nganjuk-di-masa-lalu/): <https://lingkarjatim.com/lingkar-utama/museum-anjuk-ladang-potret-peradaban-nganjuk-di-masa-lalu/> (Diakses pada 3 Maret 2021).