

ABSTRAK

PERANCANGAN *REBRANDING* MUSEUM SUMPAH PEMUDA

Oleh

Yuandhika Erlang Trimediano Putro

NRP 0864247

Semangat nasionalisme merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh seluruh kalangan masyarakat Indonesia. Akan tetapi saat ini semangat nasionalisme sudah mulai memudar di kalangan generasi muda Indonesia akibat era globalisasi sehingga berpengaruh terhadap melemahnya penerapan nilai dan makna Sumpah Pemuda 1928 tentang persatuan, kesatuan bangsa dan rasa cinta tanah air karena pemikiran bahwa sejarah adalah hal yang kuno. Beberapa museum sebagai tempat mengetahui informasi sejarah Bangsa Indonesia belum mampu untuk menarik animo masyarakat untuk datang berkunjung.

Tujuan perancangan *rebranding* Museum Sumpah Pemuda adalah untuk memunculkan minat masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, dalam menyampaikan kembali informasi tentang sejarah Sumpah Pemuda. Sehingga akan diperoleh manfaat bagi generasi muda untuk lebih mengenal kembali sejarah Sumpah Pemuda dan serta nilai moral yang berguna bagi bangsa Indonesia.

Metode yang digunakan adalah melalui data kuantitatif melalui survei reponden serta analisis data literatur. Target perancangan ditekankan pada logo dan *sign system* pada museum sebagai media utama. Selain itu didukung dengan media promosi berupa poster, *website*, baju dan *postcard* supaya memberikan nilai positif terhadap museum sejarah serta mampu memunculkan citra baik dari Museum Sumpah Pemuda di kalangan generasi muda.

Kata kunci: generasi muda, museum, nasionalisme, *rebranding*, *sign system*, Sumpah Pemuda

ABSTRACT

THE REBRANDING DESIGN OF MUSEUM Sumpah PEMUDA

Submitted by

Yuandhika Erlang Trimediano Putro / 0864247

The spirit of nationalism is an important thing that should be possessed by all Indonesian people. However, at present the spirit of nationalism is beginning to fade among the young generation of Indonesia. This is due to the influence of the globalization era, which causes the application of the values and meanings of the Sumpah Pemuda 1928 about the unity of the nation and the love for the nation to weaken. Besides, the perception that history is something out of date becomes another factor in this case.

The purpose of the rebranding of Sumpah Pemuda Museum is to raise people's interest, especially the young generation, in conveying the information of Sumpah Pemuda history. In this way, the young generation will be benefited from knowing the history of Sumpah Pemuda and the useful moral values for Indonesia.

The method used is the data quantitative gained from a respondents' survey and literature analysis. The target of the design focuses on the logo and sign system at the museum as the main media. Besides, it will be supported by promotion media such as a poster, website, clothes, and postcards in order to give positive values to a museum of history as well as to create a good image of Sumpah Pemuda Museum for the young generation.

Keywords : *museum, nationalism, rebranding, sign system, Sumpah Pemuda, young generation*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I : PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1	Rumusan Masalah	3
1.2.2	Ruang Lingkup	3
1.3	Tujuan Perancangan	4
1.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan	4
1.5	Skema Perancangan	5

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1	Sejarah	6
2.1.1	Definisi Sejarah	6
2.1.2	Sistem Periodisasi Sejarah Indonesia	7
2.2	Definisi dan Makna Nasionalisme	8

2.3	Sejarah dan makna Sumpah Pemuda	10
2.4	Pariwisata	13
2.4.1	Pengertian Pariwisata	13
2.4.2	Jenis Pariwisata	14
2.5	Museum	16
2.5.1	Definisi dan Klasifikasi Museum	16
2.5.2	Perkembangan Sejarah Museum di Indonesia	17
2.5.3	Fungsi Museum	18
2.5.4	Tugas Museum	19
2.5.6	Jenis Museum	20
2.6	<i>Branding</i>	21
2.6.1	Branding dan Brand Strategy	21
2.6.2	<i>Brand Positioning</i>	22
2.6.3	<i>Brand Identity</i>	22
2.6.4	<i>Re-Branding</i>	23
2.6.5	<i>Visualisasi Rebranding</i>	23
2.7	Definisi <i>Corporate Identity</i>	23
2.8	Logo	23
2.8.1	Definisi Logo	23
2.8.2	Jenis Logo	24
2.9	<i>Architectural Wayfinding Element</i>	24
2.9.1	<i>Wayfinding</i>	25
2.9.2	<i>Environmental Graphic</i>	27
2.9.3	<i>Sign System</i>	30
2.9.4	<i>Sign Penempatan Umum</i>	35

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta	26
3.1.1	Museum Sumpah Pemuda	26
3.1.2	Kementerian Pariwisata dan Kebudayaan	27

3.1.3	Wawancara Kolonel Purnawirawan H.R.R Wikusumah	
	Angkatan Darat (Legiun Veteran Republik Indonesia)	31
3.1.4	Hasil Wawancara	33
	Wawancara Dengan Anggota Historia Van Bandoeng	33
	Wawancara Dengan Siswa SMAN 12 Bandung	34
	Wawancara Dengan Staff Edukasi dan Informasi	
	Museum Sumpah Pemuda	34
	Wawancara Dengan Siswa SMAK BPK Penabur 1 Bandung	35
3.1.5	Hasil Kuesioner	35
3.1.6	Tinjauan Karya Sejenis / Persoalan Sejenis	43
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	45
3.3	Analisis SWOT	46
3.4	Analisis STP	48

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi	58
4.2	Konsep Kreatif	58
4.3	Konsep Media	59
4.4	Hasil Karya	65

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80

DAFTAR PUSTAKA	81
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	6
Gambar 2.1 Lingkaran warna	25
Gambar 2.2 Wayfinding Sign	27
Gambar 2.3 Penempatan Sign Pada Dinding	28
Gambar 2.4 Garis Pandang	28
Gambar 3.1 Museum Sumpah Pemuda	38
Gambar 3.2 Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta	38
Gambar 3.3 Foto narasumber Kolonel Purnawirawan H.R.R Wikusumah	40
Gambar 3.4 Diagram pelajaran yang disukai	44
Gambar 3.5 Diagram cerita sejarah yang diingat	44
Gambar 3.6 Diagram kelengkapan isi buku pelajaran sejarah di sekolah	45
Gambar 3.7 Diagram informasi sejarah selain dari buku pelajaran sekolah	45
Gambar 3.8 Diagram informasi sejarah hari besar nasional	46
Gambar 3.9 Diagram informasi sejarah Sumpah Pemuda	46
Gambar 3.10 Diagram informasi pelaksanaan Sumpah Pemuda	47
Gambar 3.11 Diagram informasi tempat pelaksanaan Sumpah Pemuda	47
Gambar 3.12 Diagram informasi pesan dan nilai moral Sumpah Pemuda	48
Gambar 3.13 Diagram informasi panutan dan semangat Sumpah Pemuda bagi generasi muda	48
Gambar 3.14 Diagram informasi ketertarikan dengan museum	49
Gambar 3.15 Diagram informasi faktor penyebab kurang tertarik dengan museum	49
Gambar 3.16 Diagram informasi Museum Sumpah Pemuda	50
Gambar 3.17 Diagram informasi Museum Sumpah Pemuda sebelumnya	50
Gambar 3.18 Diagram informasi promosi Museum Sumpah Pemuda	51
Gambar 3.19 Diagram informasi belajar sejarah melalui Museum Sumpah Pemuda	51
Gambar 3.20 Museum Sejarah Bentoel	52
Gambar 3.21 Museum Sepuluh November	53

Gambar 4.1 Warna	59
Gambar 4.2 Logo Museum Sumpah Pemuda	65
Gambar 4.3 Elemen tangan pada logo	65
Gambar 4.4 Elemen segienam pada logo	66
Gambar 4.5 <i>Typography</i>	66
Gambar 4.6 <i>Stationary</i>	67
Gambar 4.7 <i>wayfinding sign</i>	68
Gambar 4.8 <i>Information Booth sign</i>	69
Gambar 4.9 <i>Sign Information Room</i>	70
Gambar 4.10 <i>Scuplture Information</i>	71
Gambar 4.11 <i>Map Museum</i>	72
Gambar 4.12 <i>Infographic Map to Museum</i>	73
Gambar 4.13 <i>Diorama Information Sign</i>	74
Gambar 4.14 <i>Pictogram</i>	75
Gambar 4.15 <i>Staff Uniform</i>	75
Gambar 4.16 <i>Ticket</i>	76
Gambar 4.17 <i>Brochure</i>	76
Gambar 4.18 <i>Website</i>	77
Gambar 4.19 <i>Poster</i>	78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 <i>Timeline</i> promosi Museum Sumpah Pemuda	53
Tabel 4.3 <i>Budgeting</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner	73
Lampiran B : Sketsa Desain	74