

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL WISATA EDUKATIF MUSEUM PALAGAN BOJONGKOKOSAN SUKABUMI

VISUAL IDENTITY DESIGN OF EDUCATIONAL TOUR MUSEUM PALAGAN BOJONGKOKOSAN SUKABUMI

Resna Aryandi Kurnia¹

¹Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
resnaaryan@gmail.com

Abstrak

Museum Palagan Bojongkokosan adalah suatu museum yang berlokasi di Kabupaten sukabumi, museum ini adalah museum sejarah perjuangan rakyat sukabumi yang terjadi pada tanggal 9 Desember 1945. Museum Palagan Bojongkokosan dapat memeberikan banyak wawasan sejarah terhadap pengunjungnya tentang perjuangan dan pengorbanan para pahlawan untuk mempertahankan kemerdekaan Indonesia. namun masih kurangnya minat pengunjung untuk mengunjungi Museum Palagan Bojongkokosan mengakibatkan museum ini kurang dikenal keberadaannya sebagai tempat wisata yang ada di daerah Sukabumi, padahal museum ini berada di jalur utama lalulintas darat Sukabumi-Bogor. Identitas visual untuk menandai keberadaan museum ini sangat diperlukan dikarenakan masih banyaknya wisatawan yang tidak mengetahui keberadaannya. Tujuan dari perancangan ini yaitu Menyampaikan Informasi yang efektif sesuai keilmuan desain komunikasi visual pada Museum Palagan Bojongkokosan supaya menarik minat pengunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Media Identitas Visual yang digunakan untuk memperkenalkan Museum Palagan Bojongkokosan yaitu berupa Identitas Umum berupa logo dan Identitas Khusus museum berupa media pemberi informasi dan promosi untuk pengunjung dikemas dengan desain yang menarik sehingga dapat menanamkan citra baik museum terhadap minat pengunjung.

Kata Kunci : Identitas Visual, Museum, Wisata, Sejarah, Perang

Abstract

Museum Palagan Bojongkokosan is a museum located in the district of Sukabumi, this museum is a museum of the history of struggle people's that occurred on December 9, 1945. Museum Palagan Bojongkokosan give much insight into the history for visitors about the struggle and sacrifice of the heroes to defend the independence of Indonesia. there is still a shortage of interest of visitors to visit the Museum Palagan Bojongkokosan, this lesser-known museum existence as existing tourist attractions in Sukabumi, chance the museum is located on the main line road traffic Sukabumi-Bogor. Visual identity Design to mark the existence of this museum is very necessary because there are many tourists who do not know his whereabouts. The objective of this Design of is Giving Information appropriate with science of visual communication design at the Museum Palagan Bojongkokosan that attract visitors. The method used in this is qualitative method to generate descriptive data in the form of words written or spoken of the people and behaviors that can be observed. Media Visual Identity used to introduce Museum Palagan Bojongkokosan in the form of Public Identity is logos and Special Identity of museum in the form of a information and promotional media for the visitors, packed with interesting design that can instill good image of the museum visitors.

Keyword : Museum, Logo, History, visual identity, War, Tour

1. Pendahuluan

Sukabumi adalah salah satu bagian wilayah dari provinsi Jawa Barat, selain itu Sukabumi mempunyai banyak tempat wisata hiburan yang terkenal dikalangan wisatawan domestik maupun luar

negeri, seperti Pelabuhan Ratu, Ujung Genteng, Gunung Gede Pangrango dan lain-lain. Sejarah perjuangan kemerdekaan, rakyat Sukabumi pun mempunyai peninggalan pergerakan-pergerakan yang tidak kalah heroik dari Bandung Lautan Api, yang terjadi pada zaman Penjajahan. tetapi untuk saat ini tidak banyak tempat-tempat wisata edukatif seperti Museum yang dikenal oleh rakyat Indonesia khususnya warga Sukabumi untuk mengenang sejarah perjuangan rakyat Sukabumi. Padahal ada salah satu museum di kabupaten Sukabumi yaitu museum Palagan Bojongkokosan yang menjelaskan bagaimana perjuangan rakyat Sukabumi melawan penjajah, hingga asal-usul lokasi bersejarah di Sukabumi itu sendiri. Museum Palagan Bojongkokosan adalah satu-satunya museum yang berada di kabupaten sukabumi. Museum ini berlokasi di Jl. Siliwangi No. 75, Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi . berada di samping Jalan raya Sukabumi – Bogor dan Sukabumi –Jakarta yaitu arah lalunitas utama yang sangat sibuk sekali apalagi ketika hari libur, karena alur ini merupakan alur utama warga Sukabumi yang akan mengunjungi Bogor begitupun sebaliknya dan juga menjadi jalur utama Warga Jakarta yang akan berkunjung ke Sukabumi.

Sukabumi merupakan daerah yang termasuk kedalam jalur Pariwisata Jawa Barat, dikhawatirkan ketika Wisata Edukatif Seperti Museum Palagan Bojongkokosan yang sangat Bersejarah tidak banyak dikunjungi apalagi diketahui oleh warga Indonesia khususnya warga sekitar sukabumi. Monument Palagan Bojongkokosan bisa terlihat dan dapat mudah diketahui karena lokasinya di pinggir jalan raya, menurut informasi yang penulis dapatkan dari pihak pengurus museum, pengunjung museum Palagan Bojongkokosan sangat sedikit kunjungan setiap harinya. Kurang pedulinya warga sukabumi terhadap sejarah lokal khususnya Perjuangan para pahlawan menyebabkan Museum Palagan Bojongkokosan tidak begitu diminati oleh wisatawan luar kota apalagi luar negri. Yang menjadikan museum ini berjalan tidak wajar. Penulis tertarik untuk mengangkat Museum Palagan Bojongkokosan dikarenakan masih banyaknya hal-hal yang tidak tersampaikan terhadap museum ini kepada wisatawannya yang mengakibatkan museum ini kurang diminati.

Menanggapi hal itu salah satu cara untuk tetap bisa bertahan dan bersaing dengan tempat wisata lainnya yaitu dengan merancang Identitas Visual dan menerapkannya diberbagai media informasi dan promosi, hal yang paling utama yaitu perancangan identitas umum yaitu logo karena logo merupak symbol yang mewakili suatu perusahaan dan pembeda antara suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Kemudian dilanjutkan dengan penerpan logo disetiap media yang bisa menampilkan identitas perusahaan.

Rumusan masalah yang akan di bahas pada perancangan ini adalah “Bagaimana merancang Identitas Visual untuk Museum Palagan Bojongkokosan sehingga menarik minat pengunjung ?” Untuk menghindari ruang lingkup permasalahan yang terlalu luas, maka ditetapkan batasan masalah yaitu Perancangan Identitas Visual Wisata Edukatif Museum Palagan Bojongkokosan Sukabumi sebagai media komunikasi visual mulai dari perancangan hingga implementasi kedalam berbagai media promosi yang sesuai dengan aktivitas perusahaan seperti. Identitas umum Museum yaitu berupa logo dan alternative logo dengan identitas khusus museum berupa *Signage, Marketing set, Merchandise set, Stationary set*, akun resmi sosial media, dan *x-banner*.

Tujuan Perancangan ini adalah untuk Menyampaikan Informasi yang efektif sesuai keilmuan desain komunikasi visual pada Museum Palagan Bojongkokosan supaya menarik minat pengunjung.

2. Tinjauan Pustaka

a. Identitas Visual

Sistem Identitas Visual adalah suatu sistem komunikasi visual yang membentuk identitas dari suatu perusahaan, lembaga, maupun produk. Identitas visual dalam pengertian umum adalah gambar/goresan yang merepresentasikan satu/lebih pesan dengan maksud tertentu¹.

b. Logo

“Logo atau tanda gambar (picture mark) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Logotype atau tanda kata (word mark) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial”. (Adi Kusrianto, 2007:232)

c. Tipografi

¹ Tugas Akhir Tri Wibowo, Perancangan *Visual Identity* Rumah Brownies AIRA Melalui Media Fotografi, Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret , 2011, hal 14

“Tidak dapat dipungkiri bahwa teks adalah bagian dari desain grafis yang sangat penting. Oleh karena itu, untuk menguasai desain grafis, harus di pelajari pula tipografi, yaitu ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak”. (Adi Kusrianto, 2007:192)

d. Warna

Umumnya ada dua macam warna pada Identitas Visual, yaitu warna pada logo dan warna untuk *corporate color* / warna Perusahaan. Adakalanya *corporate color* yang digunakan dalam aplikasi-aplikasi desain menggunakan warna yang sama dengan warna pada Logo, namun ada juga yang memperluas jangkauan area warnanya. (Suriyanto Rustan, 2009:72)

e. *Layout*

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Desain grafis maupun tata desain *layout* adalah ketiadaan aturan atau hukum yang universal. Semuanya serba relatif. Anda bisa memakai sarana dan teknik dalam suatu karya secara efektif dan berhasil, tetapi belum tentu sarana dan teknik tersebut efektif dan cocok untuk karya yang lain.

f. Fotografi

Fotografi adalah proses menghasilkan gambar dengan menggunakan kamera. Fotografi berperan penting bagi perusahaan/instansi, antara lain sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan, mendokumentasikan berbagai momen penting, merancang publikasi komersial, mengevaluasi pelaksanaan proyek, dan membentuk citra perusahaan.

g. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, Koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai image bitmap hingga karya foto (Adi Kusrianto, 2007:140).

h. Signage

Signage menurut Oxford Advance Learner Dictionary of Current English adalah sebuah kata atau kata-kata, desain dan lain-lain pada sebuah papan atau lempengan untuk memberikan peringatan atau untuk mengarahkan orang menuju sesuatu. Menurut Lawrence K. Frank, arti sign adalah pesan atau informasi yang muncul secara berturut turut atau teratur dalam hubungannya dengan tanda-tanda yang penting dan menimbulkan respon pada manusia².

Berikut beberapa kategori sign system :

1. *Orientational Sign*
2. *Informational Sign*
3. *Directional Sign*
4. *Identificational Sign*
5. *Statutory Sign*
6. *Ornamental Sign*

i. Teori Psikologi Remaja

Remaja adalah masa transisi dari priode anak ke dewasa. Menurut Richmond dan Sklansky (1984) inti dari tugas perkembangan seseorang dalam priode remaja awal dan menengah adalah memperjuangkan kebebasan. Sedangkan menemukan bentuk kepribadian yang khas (oleh G.W. Allport (1961) dinamakan *unfying philosophy of life*) dalam priode itu belum menjadi sasaran utama.

a. Perkembangan Inteligensi pada Remaja

² Skripsi Rini Suryantini, Sign and Sign System, arsitektur FTUI , 2001, hal 5

Terlepas dari banyaknya versi tentang definisi, deskripsi, dan klarifikasi, yang jelas, masa remaja adalah masa yang penuh emosi. Salah satu ciri periode “topan dan badai” dalam perkembangan jiwa manusia ini adalah emosi yang meledak-ledak, sulit untuk dikendalikan. Di satu pihak, emosi yang menggebu-gebu ini memang menyulitkan, terutama untuk orang lain dalam memahami jiwa si remaja. Namun di pihak lain, emosi yang menggebu ini bermanfaat untuk remaja itu terus mencari identitas dirinya.

j. Teori Museum

Pengertian Museum seperti yang telah dirumuskan oleh ICOM (*international Council of Museum*) suatu badan kerja sama profesional dibidang permuseuman yang didirikan oleh kalangan profesi permuseuman dari seluruh dunia. Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang memperoleh, merawat, menghubungkan dan memamerkan, untuk tujuan-tujuan studi, pendidikan dan kesenangan, barang-barang pembuktian manusia dan lingkungannya. (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988:15)

3. Metode Penelitian

a. Analisis SWOT

b. Sistematika Perancangan

Berikut sistematika perancangan Identitas Visual Wisata Edukatif Museum Palagan Bojongsokosan sukabumi :

1) Identifikasi Data

Identifikasi data sebagai bagian dari sistematika laporan perancangan merupakan proses yang bertujuan untuk mengidentifikasi semua data yang didapat dengan cara, observasi, wawancara, dokumentasi, dan analisis data.

2) Konsep Perancangan

Konsep perancangan untuk media utama, beserta media pendukungnya. Konsep perancangan yang terdiri dari konsep verbal dan konsep visual.

3) Evaluasi

Evaluasi berguna untuk mengoreksi desain yang telah dikerjakan, sebelum akhirnya mencapai *final design*. Jika pada tahap ini ditemukan beberapa kesalahan dan ketidaksesuaian. Maka proses perancangan diulang kembali ke tahap alternatif desain.

4) Desain Akhir

Desain akhir merupakan hasil karya yang telah disetujui dan telah melewati beberapa proses perancangan. Dalam perancangan ini akan dihasilkan sebuah desain akhir untuk Identitas Visual Museum Palagan Bojongsokosan Sukabumi beserta media pendukungnya.

4. Hasil Studi dan Pembahasan

a. Konsep Umum

i. Konsep Pesan

Konsep pesan yang ingin disampaikan dari perancangan ini didapat dari hasil analisis matrik SWOT yang sudah dilakukan. Dari hasil analisis diketahui bahwa Museum Palagan Bojongsokosan memiliki peluang sebagai tempat wisata yang layak diprioritaskan wisatawan untuk dikunjungi. Oleh karena itu perlu adanya sebuah identitas visual yang berisi tentang informasi dan seluk-beluk museum, sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat dalam menyerap ilmu pengetahuan bagi wisatawan di Museum Palagan Bojongsokosan.

Yang akan dikomunikasikan pada perancangan ini adalah “*membentuk identitas visual Museum Palagan Bojongsokosan dengan mengangkat latar belakang sejarah peristiwa Palagan Bojongsokosan dan karakter yang ada untuk mencirikan wisata edukatif Museum Sejarah Palagan Bojongsokosan di Sukabumi*”.

ii. Konsep Kreatif

Untuk dapat menarik perhatian khalayak maka diperlukan strategi kreatif yang sesuai dengan target sasaran. Langkah awal perancangan Tugas Akhir ini adalah merancang sebuah logo. Logo adalah salah satu bagian terpenting dari sebuah identitas visual karena logo dapat berperan sebagai tanda pengenal secara keseluruhan untuk menciptakan *brand awareness* yang baik. Sangat ditentukan oleh logo yang konsisten dari sebuah logo akan tergambar semua atribut non-fisik lainnya seperti visi dan misi, *corporate value*, *corporate culture*, dan seluruh kepribadiannya.

1. Strategi Kreatif

Konsep AIDA

- a) *Attention* (Perhatian)
- b) *Interest* (ketertarikan)
- c) *Desire* (minat)
- d) *Action* (Keputusan)

2. Konsep 5W+1H

3. Studi Indikator Visual

Dalam perancangan ini akan diangkat tema tentang sejarah perjuangan Palagan Bojongkokosan dan penjelajah sebagai identitas visual museum. akan divisualkan juga monumen yang dipamerkan di museum sebagai bagian dari desain *Merchandise Set* nantinya, berikut ini adalah penampakan monumen museum yang dipamerkan dengan *keyword* dari Museum Palagan Bojongkokosan.



(Gambar 1 key word dari kata Museum Palagan Bojongkokosan, sumber: <http://static.panoramio.com/>, <http://mw2.google.com/mw-panoramio/>, <http://historia.id/img/>, <http://duniatank.blogspot.com/>, diunduh pada 13 mei 2015 pukul 23:24 WIB)

Dalam tema penjelajahan untuk perancangan identitas visual yang akan dibuat penulis dari hasil *mind mapping* telah dapat ditemukan dari kata kunci yang dapat menggambarkan penjelajahan di mana akan dipakai sebagai visualisasi dari tema penjelajahan museum



(Gambar 2 keyword dari kata penjelajah, sumber: <http://www.clipartbest.com/cliparts/>, <http://c3dcougar.typepad.com/.a/>, <http://srv-live-01.lazada.co.id/p/> diunduh pada 13 mei 2015 pukul 23:37 WIB)

Dari tema penjelajah dapat ditemukan visualisasi diantaranya *compass*, *Map*, dan *ransel*. Kedua keyword ini akan diaplikasikan nantinya untuk keseluruhan desain dari penerapan identitas visual seperti *Merchandise set*, *Stationary set*, *Marketing set* dan lain-lain. Identitas visual dalam perancangan ini akan dibuat juga sebuah *signage set* yang bertemakan sejarah perang Indonesia.



(Gambar.3 keyword dari sejarah perang Indonesia, sumber: <http://www.muhammadiyah.or.id/muhfile/>, ccmedia/Pejuang-01.jpg.html, <https://adamituayahnazmi.files.wordpress.com/2013/>, <http://sejarahbangsaindonesia.blogdetik.com/files/>, <http://dgi-indonesia.com/wp-content/>, <http://s1318.photobucket.com/user/>, <http://i446.photobucket.com/albums/>, diunduh pada 13 mei 2015 pukul 23:40 WIB)

Ditemukan visualisasi dari foto-foto *vintage* tentang aktifitas pasukan ketika berperang dan desain poster-poster propaganda kala itu dengan visual visual yang kaku dan tidak terlalu banyak warna.

iii. Konsep Media

Dalam perancangan identitas visual dan media informasi ini pemilihan media yang tepat sangat dibutuhkan. Adapun media-media yang dipilih penulis untuk menyampaikan informasi dari Museum Palagan Bojongkokosan supaya tepat sasaran diantaranya sebagai berikut, adalah:

1. Signage

Pada perancangan signage Museum Palagan Bojongkokosan hanya fokus pada jenis *Identificational Sign*, *Directional Sign*, *Statuory Regulatory Sign*, dan *Informational Sign*.

2. Merchandise Set

Merchandise ini berupa Totebag yang akan didesain dengan membawa visual dari latar belakang Museum

Totebag ini berisi, *T-shirt*, *Sticker*, Poster, Peta Wisata dan Pin yang berisikan kontak resmi dari Museum palagan Bojongkokosan.

3. Stationary Set

Stationary Set berupa, kartu nama, kertas surat, amplop, amplop surat, amplop besar, *Notepad*, Binder, *Label Nametag* dan lain-lain. *Stationary set* didesain dengan membawa tema Sejarah Peristiwa Palagan Bojongkokosan.

4. Marketing Set

Media penerapan identitas visual pada bagian marketing akan menggunakan *Pamflet*, *Brochure folder*, *flyer*, dan Peta wisata. berisikan visual-visual dan kontak untuk informasi lebih dalam dari museum Palagan Bojongkokosan

5. Twitter, Facebook dan Instagram

Twitter, Facebook dan Instagram dapat memberikan informasi digital tentang Museum Palagan Bojongkokosan yang dapat diakses secara mudah.

6. X-Banner

X-Banner akan ditempatkan di dekat pintu masuk museum, agar mudah dilihat dan juga mengurangi kemungkinan adanya target audiens yang belum mengetahui Museum Palagan Bojongkokosan lewat Sosial media ataupun kontak website resmi museum, dapat melihat informasinya di X-Banner.

iv. Konsep Visual

a) Visualisasi

Visualisasi yang akan diterapkan adalah ilustrasi dan fotografi. Ilustrasi digunakan untuk logo dan identitas umum museum sedangkan

fotografi digunakan untuk memberikan informasi yang jelas tentang identitas khusus museum.

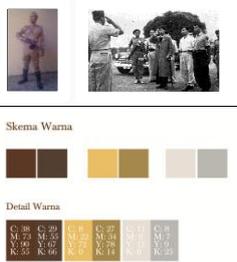


(Gambar 4 Perancangan Visual 1)

Bentuk Monumen perjuangan museum Palagan Bojongsokosan dipilih untuk mewakili sejarah perjuangan rakyat sukabumi melawan penjajahan dalam peristiwa Palagan Bojongsokosan dan juga monumen ini menjadi salah satu identitas yang dikenal oleh warga Sukabumi. selain itu, logo yang dirancang terpengaruh dari bentuk dan posisi Monumen Palagan Bojongsokosan yang melambangkan perjuangan, kesatuan, kekuatan, tujuan dan ketegasan dalam memperjuangkan kemerdekaan rakyat Indonesia juga makna posisi yang menyebar namun selaras dan tetap terpusat dalam satu kesatuan, yaitu memaknai tujuan meraih kemerdekaan Indonesia yang hakiki.

b) Warna

Warna bertugas untuk membangun daya tarik khalayak sasaran dan menggambarkan museum maupun sejarah. Warna-warna yang digunakan adalah coklat, kuning, dan abu-abu merupakan warna yang sangat kental dengan seragam TKR, sedangkan warna abu-abu mewakili makna kuno sejarah lampau perang yaitu warna abu yang diambil dari foto-foto hitam putih.



(Gambar 5 Skema Perancangan Warna)

c) Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Baskerville Normal*, *Franklin Ghotic Demi*, *Arial* dan *Impact*. Huruf ini dipilih karena karakter huruf yang elegan, klasik, mudah dibaca, dinamis dan menarik.

Baskerville Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

IMPACT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Franklin Ghotic Demi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

v. Hasil Perancangan

a. Identitas Umum

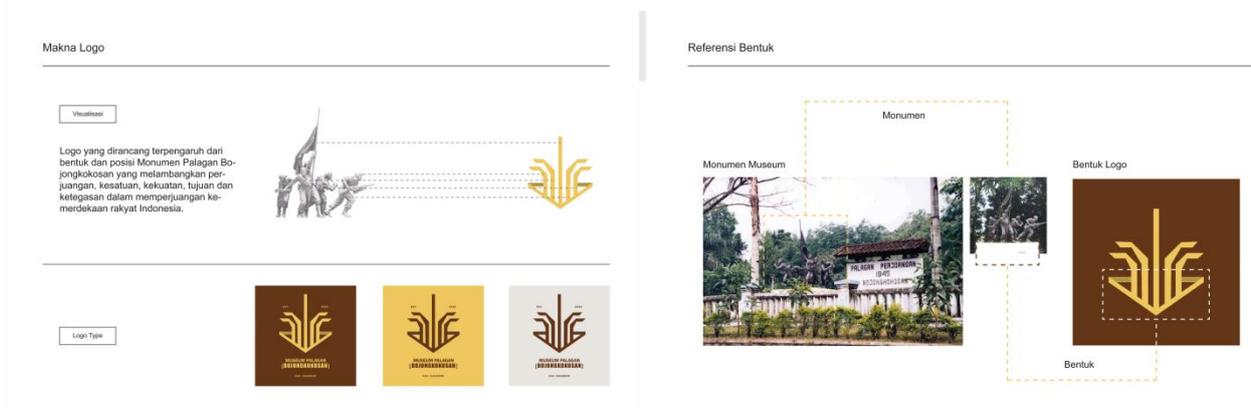
Identitas umum pada perancangan tugas akhir ini diperlukan untuk menyatukan kesemua fasilitas wisata yang berada di kawasan Museum Palagan Bojongkokosan Sukabumi. Identitas akan membantu khalayak sasaran untuk lebih mudah mengenali serta mencari informasi tentang Sejarah peristiwa Palagan Bojongkokosan Sukabumi.



(Gambar 6 Logo Museum Palagan Bojongkokosan Positif & Diapositif, Sumber : Dokumentasi Pribadi)

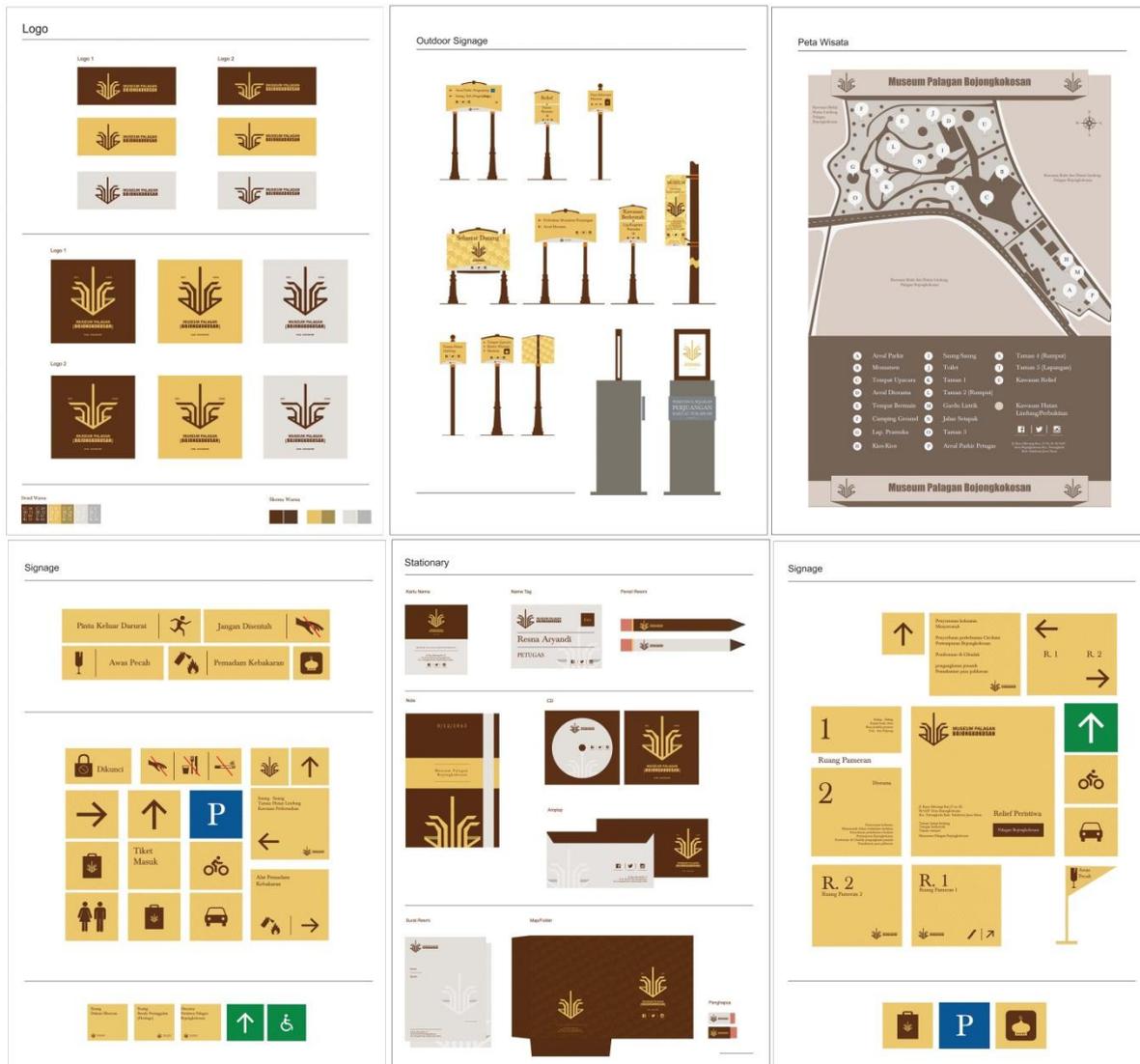


(Gambar 7 Logo warna, Sumber : Dokumentasi Pribadi)



(Gambar 8 Logo)

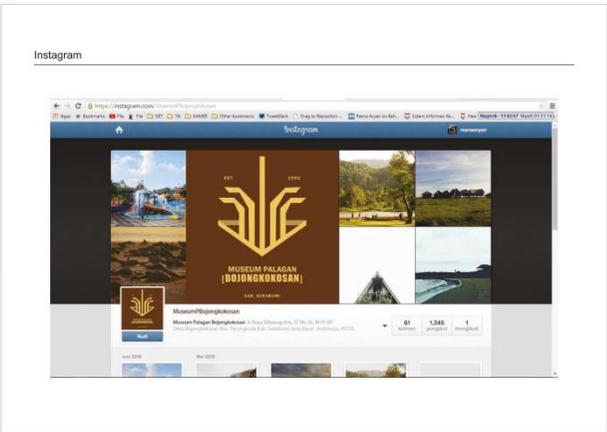
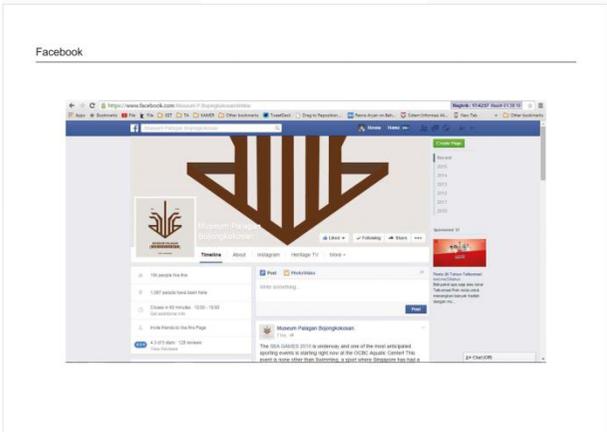
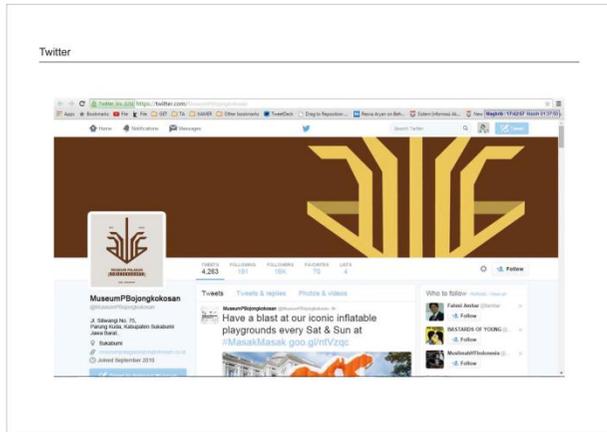
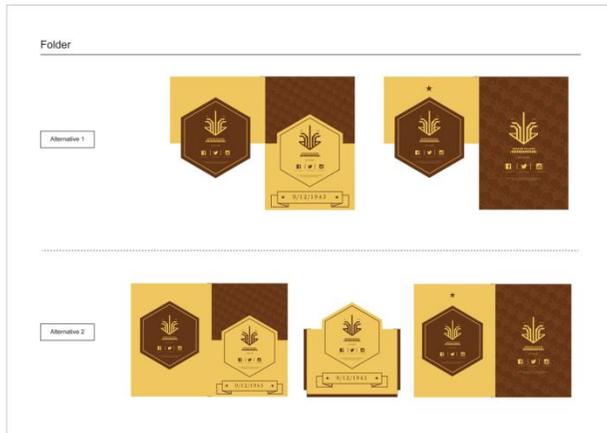
a. Identitas Khusus



(Gambar 9 Identitas Khusus / media pendukung)

<p>Tugu Selamat Datang</p>	<p>Merchandise Set</p> <p>T-shirt 1</p> <p>T-shirt 2</p> <p>Pin-Button</p>	<p>Tampilan Depan Museum</p>
<p>Tampilan Depan Museum</p>	<p>Alternative T-Shirt</p> <p>Alternative 1</p> <p>Alternative 2</p>	<p>Totebag</p> <p>Alternative</p>
<p>X-Banner</p>	<p>Alternative T-Shirt</p> <p>Alternative 1</p> <p>Alternative 2</p>	<p>Totebag</p> <p>Totebag 1</p>

(Gambar 10 Identitas Khusus / media pendukung)



5. Penutup/Kesimpulan

Dalam perancangan sebuah identitas visual Museum Palagan Bojongkokosan, penulis harus memperhatikan segmentasi, Segmen pasar dan terutama *positioning*, dilakukan dengan cermat untuk memilih target sasaran yang tepat. Mengerti dengan apa yang benar-benar dibutuhkan konsumen. Membangun identitas yang memiliki ciri khas tersendiri dengan mengambil data-data dari latar belakang Museum Palagan Bojongkokosan, berupa komunikasi visual yang menguatkan latar belakang Museum Palagan Bojongkokosan dengan bentuk-bentuk visual yang mudah diingat. Pada tahap ini diciptakan sebuah citra museum, baik berupa keunggulan fungsional museum dan makna simbolis. Pemilihan serta penempatan media yang tepat juga penting untuk mendukung keberhasilan suatu identitas visual yang dibuat. Media yang diperlukan untuk mendukung kegiatan dalam penyebaran informasi, berupa perancangan identitas visual yang terdiri dari identitas umum dan identitas khusus serta media komunikasi visual. Satu hal yang juga perlu diperhatikan adalah keberhasilan identitas visual sebagai media informasi untuk menanamkan ciri khas museum yang menarik kepada target sasaran bergantung pada upaya instansi pengelola Museum Palagan Bojongkokosan dalam menjalankan proses komunikasi visual dengan media yang telah dibuat.

6. Daftar Pustaka

- [1] Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [2] Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset (penerbit Andi)
- [3] Sarwono, Sarlito W. 2012. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers
- [4] Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [5] Rustan, Suriyanto. 2011. *Font dan Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [6] Departemen Pendidikan dan kebudayaan. 1988. *Kecil Tetapi Indah (Pedoman Pendirian Museum)*. Jakarta: Direktorat Permuseuman
- [7] Balai Pengelolaan Kepurbakalaan, Kesenjaraan, dan Nilai-nilai Tradisional. 2005. *Sejarah Perjuangan Bojongkokosan*. Jakarta: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat
- [8] Kartika, Jessica Diana, Wijaya, Rudyant Siswanto. 2015. *LOGO Visual Asset Development*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- [9] Kusrianto, Adi. *Pengantar Tipografi*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2007
- [10] Larasati, Monica. 2010. *Tugas Akhir Perancangan Strategi Kreatif Re-Branding Griyo Kulo Desa Nglebak Tawangmangu*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- [11] Sari, Ratna. 2014. *Tugas Akhir Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Wisata Terpadu Jakarta Utara*. Bandung: Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
- [12] Berger, Craig. 2005. *Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems*. Switzerland: RotoVision SA
- [13] Adityan, Novry. 2008. *Penerapan Signage di dalam Mall (Pengamatan Public Signage diantara Signage lain di dalam Mall)*. Depok: Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Indonesia
- [14] Wibowo, Tri. 2011. *Tugas Akhir Perancangan Visual Identity Rumah Brownies AIRA Melalui Media Fotografi*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret
- [15] Theresa, Olivia. 2014. *Perancangan Sistem Identitas Bandara Kualanamu*. Diambil dari: <http://jurnal-s1.fsr.ditb.ac.id/index.php/viscom/article/download/420/365>. (7 juli 2015) jam 12:55
- [16] Muslim, Andrian. 2014. *Perancangan Identitas Visual PT. Indika Kelola Gemilang Sebagai Media Promosi*. Diambil dari: http://p2m.polibatam.ac.id/wp-content/uploads/2015/01/03-_Andrian_Muslim.pdf. (7 Juli 2015) jam 13:08
- [17] Anonim. 2015. *Museum Palagan Bojongkokosan*. Diambil dari: <http://asosiasimuseumindonesia.org/galeri/2-single-articles/84-museum-palagan-bojongkokosan.html>. (29 april 2015) jam 10:42