

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN PADA MUSEUM POS INDONESIA

Jasmin Nura Safira¹, Wahyu Lukito² dan Adya Mulya Prajana³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
jasminsafira@student.telkomuniversity.ac.id, Wahyulukito@telkomuniversity.ac.id,
Adyaprajana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Museum menjadi salah satu sarana edukasi bagi pengunjung seperti pelajar maupun masyarakat umum untuk mengetahui fenomena apa yang pernah terjadi di masa lampau. Begitupula dengan Museum Pos Indonesia yang bertujuan menjadi sarana edukasi bagi masyarakat maupun generasi saat ini untuk mengetahui transisi penyampaian komunikasi yang terjadi di masa lalu dengan masa sekarang. Terdapat banyak koleksi perangko maupun alat komunikasi dari masa ke masa didalam Museum Pos Indonesia. Penelitian ini dirancang dengan metode observasi melalui kunjungan pada Museum Pos Indonesia, lalu dilanjutkan dengan metode wawancara bersama para pihak Kurator museum serta para ahli di bidang Environmental Graphic Design dan juga melalui metode pengisian kuisioner. Metode Analisa yang digunakan dalam laporan adalah analisis visual dan analisis matrix perbandingan. Perancangan ini bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi pengunjung yang mengunjungi Museum Pos Indonesia dengan merancang identitas visual museum serta merancang Environmental Graphic Design untuk memudahkan pengunjung mengetahui arah alur pengunjung, ruang koleksi serta untuk membedakan gedung pos dan gedung museum melalui perancangan signage dan wayfinding.

Kata kunci : Museum Pos Indonesia, Identitas Visual, *Environmental Graphic Design*, *Signage*, *Wayfinding*

Abstract : Museum has an education purpose for visitors such as students and the general public to find out what phenomena have occurred in the past. Likewise with the Indonesian Postal Museum which aims to be a means of education for the public and the current generation to find out about the transitions in the delivery of communications that occurred in the past to the present. There are many collections of stamps and communication tools from time to time in the Indonesian Postal Museum. This research is using the observation method through visits to the Indonesian Postal Museum, followed by interviews with museum curators and experts in the field of Environmental Graphic Design and also through filling out questionnaires. The analytical method used in the report is visual analysis and comparison matrix analysis. This design aims to facilitate and

provide comfort for visitors visiting the Indonesian Postal Museum by designing a visual identity for the museum and designing an Environmental Graphic Design to make it easier for visitors to know the direction of visitor flow, collection rooms and to differentiate the postal building and the museum building through signage and wayfinding designs

Keywords: Indonesian Postal Museum, Visual Identity, Environmental Graphic Design, Signage, Wayfinding

PENDAHULUAN

Sesuai dengan pengertian museum, menurut International Council of Museums(ICOM) adalah sebagai suatu lembaga yang bersifat tetap dalam memberikan pelayanan masyarakat dan perkembangannya yang memiliki tujuan, yaitu untuk kepentingan studi dan kesenangan masyarakatnya. Sejarah harus dilestarikan dan dijaga agar generasi selanjutnya tetap mengetahui dan mengenali peristiwa sejarah yang terjadi di masa lampau. Salah satu sejarah yang penting untuk dilestarikan di Indonesia adalah sejarah tentang peristiwa masyarakat mengenali berbagai jenis komunikasi yang pernah terjadi pada masa perposan.

Fenomena pergeseran situasi penyampaian kebutuhan antara zaman perposan dan zaman sekarang mulai mengalami perubahan. Seperti surat menyurat yang mulai tergantikan oleh aplikasi pesan lintas platform, Pengiriman uang via wesel pos tergantikan oleh adanya efisiensi transfer menggunakan ATM Bank maupun mobile banking, sehingga alat-alat penunjang pos serta prangko mulai tenggelam dan begitu asing di telinga generasi sekarang.

Maka hadirilah Museum Pos Indonesia yang berperan sebagai sarana edukasi dan pusat informasi tentang sejarah komunikasi yang pernah ada di masa lalu. Sehingga masyarakat maupun generasi sekarang dapat mengetahui adanya pergantian sistem komunikasi pada masa per-posan hingga masa kini.

Museum ini memiliki sejarah tentang surat kerajaan, perangko dan revolusi Pos Indonesia sehingga pada tahun 1980 mulai dibentuk panitia yang bertujuan untuk kembali merawat benda koleksi museum yang memiliki nilai sejarah tinggi seperti koleksi ribuan perangko seluruh dunia, koleksi seragam pengantar surat

pos, koleksi peralatan pos hingga surat raja-raja mampu menjadi daya tarik dari Museum ini. Perkembangan pos di Indonesia menjadi salah satu bukti sejarah bahwa pos sudah ada sejak zaman dahulu dalam menyampaikan komunikasi dan masih digunakan hingga sekarang dengan berbagai inovasi perkembangan yang ada. Terdapat ruang edukasi masyarakat serta pengetahuan perkembangan pos Indonesia dan pengunjung dapat melakukan sebuah pengalaman melakukan praktek langsung tentang proses pengiriman surat.

Berdasarkan Observasi awal, Rata-rata pengunjung Museum Pos Indonesia adalah Anak sekolahan yang sedang melaksanakan study tour, maka Sudah seharusnya Museum menjadi tempat penyebaran informasi dengan melalui cara yang aktif dan menarik sehingga memberi kesan pada pengunjung yang mengunjungi museum tersebut. Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama pihak museum, data yang diperoleh ialah banyak pengunjung yang kebingungan menentukan arah dan alur sirkulasi kunjungan dikarenakan gedung museum menyatu dengan kantor operasional pusat PT.Pos, sehingga membuat kesulitan bagi beberapa pengunjung untuk menemukan arah maupun ruangan yang ini dituju.

Dengan fenomena tersebut, Media informasi sangat dibutuhkan pada Museum Pos Indonesia dengan merancang beberapa rancangan visual yang mampu membantu memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi pengunjung ketika mengunjungi Museum Pos Indonesia melalui beberapa rancangan media visual seperti perancangan identitas visual yang dapat memberikan wajah baru bagi Museum Pos Indonesia dan perancangan *Environmental Graphic Design* berupa *signage* dan *wayfinding* yang bertujuan memberikan arah dan alur pengunjung yang dapat memudahkan pengunjung membedakan lokasi serta tata letak lingkungan antara kantor PT.Pos Indonesia dan Museum Pos Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada perancangan ini melalui Studi pustaka yang dilakukan dengan mempelajari berbagai Jurnal, Buku, Skripsi maupun website untuk mencari teori-teori dan referensi guna mendukung proses perancangan Tugas Akhir penulis. Lalu observasi dilakukan dengan cara mengunjungi objek penelitian yaitu Museum Pos Indonesia dengan mengamati dan mencatat imaji atau gambar. Gambar dilihat secara teliti, kemudian memberikan sensasi kepada otak untuk diolah menjadi persepsi kemudian dirangkai menjadi Informasi. (Soewardikoen,2021:25)

Dalam tahapan menemukan permasalahan yang akan diteliti, wawancara dilakukan bersama Narasumber dari Museum Pos Indonesia dengan metode wawancara mendalam atau wawancara tidak terstruktur yang dilakukan tanpa menggunakan daftar pertanyaan tertulis.

(dalam Sugiyono 2016;318) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan visi dan misi dari Museum Pos Indonesia yaitu diharapkan mampu terwujudnya Museum Pos Indonesia yang ramah dan mampu berperan sebagai pusat informasi dan edukasi Hal yang ingin disampaikan melalui proses perancangan ini adalah wajah baru Museum Pos Indonesia, sistem alur kunjungan museum pos yang nyaman, serta fasilitas dan ruangan pada museum. Hal ini dapat mulai dikenalkan melalui adanya program **"Filateli Day"** yang berisikan hari kumpul komunitas filateli, event lomba mendesain prangko, dan pemberian *brand awareness* terhadap prangko PRISMA yang mana masih minimnya informasi mengenai prangko PRISMA ini. Dengan begitu, ketertarikan pengunjung dan

kesadaran pengunjung akan Museum Pos Indonesia akan meningkat, juga didukung oleh aspek faktor kenyamanan baru dari identitas visual dan EGD sehingga membuat citra PT.Pos Indonesia menjadi lebih baik.

Perancangan ini didukung oleh media utama berupa identitas visual Logo & GSM, Serta perancangan *Environmental Graphic Design* berupa *signage* dan *wayfinding* yang mana didukung oleh media pendukung lainnya seperti *stationary*, tiket, totebag, poster informasi, dan *merchandise*.

Dalam perancangannya, terdapat layout simetris dan layout asimetris yang merupakan penyusunan elemen-elemen yang cenderung tidak teratur dan tidak berpatokan pada satu titik namun tetap proposional (Sitepu, Fadilla, & Lukito, 2022) Warna utama yang digunakan adalah warna oranye yang merupakan warna asli identitas dari PT.Pos Indonesia serta warna putih dan hitam yang menjadi warna netral. Tipografi yang digunakan yaitu jenis *sans serif* dengan nama "Oak Sans" yang merupakan font *rounded* dengan *readability* yang memudahkan pengunjung dari segala umur. Ilustrasi perancangan dibutuhkan dengan membuat pictogram yang menjadi identitas dan karakter dari Museum Pos yaitu dengan potongan-potongan sisi prangko yang terdapat pada bagian ikon.

HASIL PERANCANGAN



Gambar 1 Perancangan GSM
Sumber : Dokumentasi pribadi

Logo

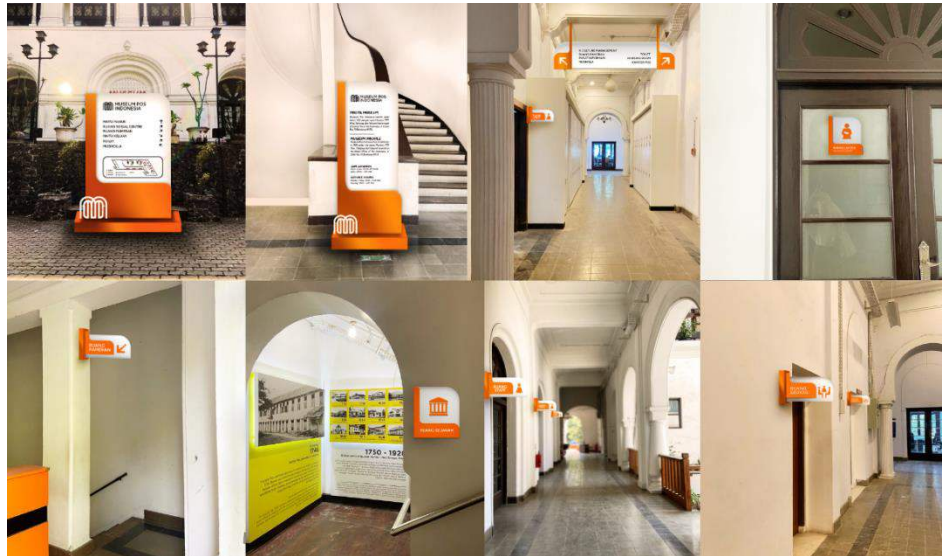


Gambar 2 Hasil Perancangan Logo
Sumber : Dokumentasi pribadi

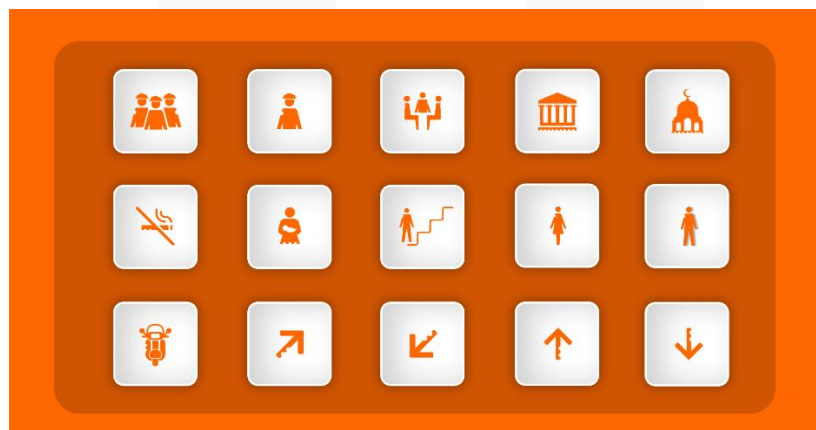
Logo Museum Pos Indonesia diadaptasi dari bentuk karakter visual rounded dari bentuk pintu atau gerbang yang ada pada Gedung Museum Pos Indonesia. pintu-pintu ini dapat diartikan dan memiliki filosofi sebagai simbol pembuka pengetahuan dan menghubungkan Masa Lalu dengan masa depan sesuai dengan visi misi Museum Pos Indonesia yang mampu menjadi tempat edukasi sejarah sekaligus pengenalan masa lalu dengan masa kini.

Signage & Wayfinding

Terdapat beberapa jenis signage yang akan diletakkan pada kawasan museum Pos Indonesia diantaranya adalah *Big Standing Orientation Wayfinding*, *Mid-Standing Orientation Wayfinding*, *Ceiling Direction wayfinding*, *Small Wall Identification Signage*, *Outdoor Direction Wayfinding*, *Regulatory Sign*.



Gambar 3 Hasil Perancangan *Signage*
Sumber : Dokumentasi pribadi

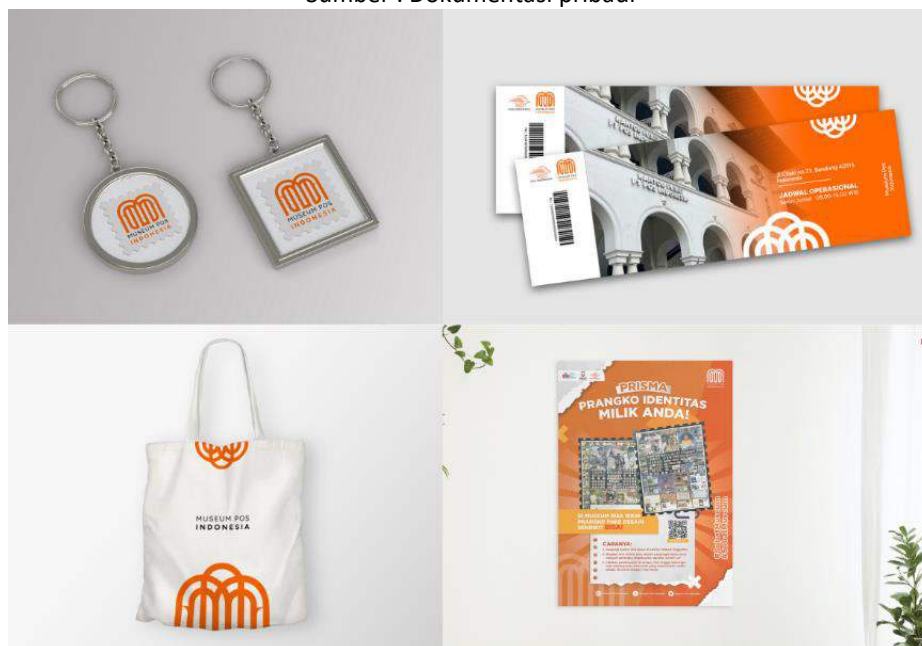


Gambar 4 Hasil Perancangan *Signage*
Sumber : Dokumentasi pribadi

Media Pendukung



Gambar 5 Hasil Perancangan Media Pendukung
Sumber : Dokumentasi pribadi



Gambar 6 Hasil Perancangan Media Pendukung
Sumber : Dokumentasi pribadi

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penulisan pada perancangan ini ditemukan bahwa permasalahan yang terjadi pada Museum Pos Indonesia ialah kurangnya rasa kenyamanan dan kemudahan pengunjung dalam mengakses lokasi maupun ruangan didalam Museum Pos Indonesia karena kurangnya informasi . Dikarenakan Gedung Museum Pos Indonesia dan Gedung kantor Pos Indonesia menyatu, banyak diantaranya merasa kebingungan dan sulit mengakses lokasi dikarenakan kurangnya penunjuk arah dan karakter visual dari Museum Pos Indonesia.

Desain yang kemudian akan dirancang akan berdasarkan pada analisis dan data yang telah ditemukan dengan menggunakan metode pendekatan rasional. Metode analisis yang digunakan diantaranya adalah analisis visual dan analisis matrix perbandingan, yang dimana data objek sejenis menjadi acuan dan perbandingan dalam merancang konsep visual.

Berdasarkan dari permasalahan yang ditemukan, maka Museum Pos Indonesia membutuhkan peran visual sebagai media informasi berupa perancangan Environmental Graphic Design yang mana berfungsi sebagai penunjuk arah pengunjung dan memberikan alur sirkulasi pengunjung yang berkunjung ke Museum Pos Indonesia. Perancangan identitas visual juga berperan membentuk karakter dan wajah baru dari Museum Pos Indonesia. Hasil perancangan ini diharapkan mampu memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi pengunjung yang mengunjungi museum pos Indonesia dan mampu memberikan citra positif bagi PT. Pos Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhinav, Amlan. (2014). Effective Signage System. National Institute Of Technology Rourkela
Andi Suprpto, (2015:33). Ada Mitos dalam DKV. Jakarta : Lintas Kreasi Imaji.

- Andrew E. Sikula, (2017). Komunikasi Bisnis. Surakarta:Erlangga
- Calori, C., & Vanden-Eynden. D. (2015). Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems (Second Edition). John Wiley & Sons, Inc.
- Hananto, B. A., Timothy, E., Krisananda, R., & Stefanus, T. (2019). Kajian Desain Environmental Graphic Design Umeda Hospital. GESTALT, 1(2), 177–190
- Maymun & Swasty, (2018). Identitas Visual dan Penerapannya pada Signage untuk kawasan wisata edukasi, Serat Rupa Journal of Design 2(1):01
- Nugraha & Apsari (2021) Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Gerobak Kopi Kota Payakumbuh. (eProceedings of Art & Design, Vol.8)
- Rustan, Surianto., (2009). Mendesain Logo, Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto., (2010). Huruf Font Tipografi, Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. (2017). Layout, Dasar & Penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sitepu, S. J., Fadilla, A. N., & Lukito, W. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi UMKM BPK Daud Sitepu Sebagai Makanan Khas Suku Karo. eproceeding of art & design.
- Surianto Rustan, S. (2009). Logogram. Dalam S. Surianto Rustan, Mendesain Logo Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi.Yogyakarta. Penerbit: Andi
- Swasty, Wirania. (2016). Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Soewardikoen, Didiet (2021). Metodologi Penelitian, Penerbit PT Kanisius, Yogyakarta.