

PERANCANGAN GRAFIS LINGKUNGAN PADA MUSEUM TEKSTIL JAKARTA

ENVIRONMENT GRAPHIC DESIGN OF JAKARTA TEXTILE MUSEUM

Fajar Rizki.¹⁾, Arry Mustikawan, BDes., SE., M.Ds²⁾

^{1,2)} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹⁾ oderizky@yahoo.co.id, ²⁾ arraysoe@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Museum Tekstil Jakarta merupakan salah satu museum edukatif dan komunikatif di Jakarta. Pengunjung yang datang ke Museum ini akan dapat informasi serta belajar mengenai Tekstil tradisional Nusantara. Museum ini setiap harinya mendapati pengunjung yang sangat ramai tetapi kurang adanya grafis lingkungan yang informatif dan komunikatif. Termasuk tidak adanya denah lokasi dan letak letak gedung di Museum. Dalam pembuatan grafis lingkungan Museum Tekstil Jakarta penulis menggunakan beberapa metode analisis yaitu, metode observasi, metode wawancara, studi pustaka, dan kuisioner guna memperoleh data ataupun informasi yang dibutuhkan penulis. Tujuan utama pembuatan grafis lingkungan pada Museum Tekstil Jakarta adalah sebagai daya tarik pengunjung agar tidak bosan dengan Museum Tekstil dan dapat mengingat identitas Museum. Signage dan wayfinding untuk mengarahkan pengunjung agar lebih informative dan efektif pada Museum Tekstil Jakarta yang mengadopsi identitas lokal Jakarta untuk keefektifitasan pengunjung dalam mengetahui lokasi dan tata letak ruangan dalam Museum Tekstil. Informasi didalam galeri batik yang kurang informatif dibutuhkan perubahan agar informasi tersebut dapat diterima oleh pengunjung Museum Tekstil. Serta memperoleh informasi yang dibutuhkan selama berada di Museum Tekstil Jakarta.

Kata Kunci: Grafis lingkungan, Signage, wayfinding, Museum Tekstil Jakarta, Identitas lokal

Abstract

The Jakarta Textile Museum is one of the educative and communicative museums in Jakarta. Visitors who come to this Museum will get information and learn about traditional Nusantara Textiles. The museum every day finds visitors very crowded but lacks graphic and informative communicative environments. Including the absence of a map of the location and location of the building in the Museum. In making the environmental graphics of the Jakarta Textile Museum the author uses several methods of analysis, namely, observation methods, interview methods, literature studies, and questionnaires to obtain data or information needed by the author. The main purpose of making environmental graphics at the Jakarta Textile Museum is to attract the end so as not to get bored with the Textile Museum and be able to remember the identity of the Museum. Signage and wayfinding to direct visitors to be more informative and effective at the Jakarta Textile Museum which adopts Jakarta's local identity for the effectiveness of visitors in knowing the location and layout of the rooms in the Textile Museum. Information in the batik gallery that is less informative requires a change so that the information can be received by visitors to the Textile Museum. And get the information needed for how long at the Jakarta Textile Museum.

Keywords: Environmental graphics, signage, wayfinding, Jakarta Textile Museum, local identity

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negeri kepulauan yang sangat kaya akan seni dan budaya. Dengan banyaknya seni dan budaya di Indonesia salah satu warisan budaya yang berharga ialah warisan kain atau sastra. Kain atau wastra, selalu menjadi bagian penting dalam kehidupan di Indonesia,

Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta) sebagai ibu kota Negara dan kota terbesar di Indonesia berusaha memberikan fasilitas pelestarian karya wastra di Indonesia dengan Museum Tekstil Jakarta. Mencakup alat untuk mempersiapkan benang dan menghias wastra, alat tenung, wastra tenun, wastra bukan tenun, dan pakaian jadi. Koleksi tersebut terdapat di Museum Tekstil Jakarta yang berasal dari abad ke-18

sampai dengan saat ini. serta dapat memberikan gambaran kepada masyarakat tentang keberagaman wastra Indonesia.

Pengunjung yang datang ke Museum ini akan dapat berbagai macam informasi serta pembelajaran mengenai seni tekstil Nusantara. Pentingnya dalam kehidupan yaitu bagian dari pakaian dan sebagai objek ritual dan seremonial. Kain tenun dan kain batik yang terdapat di museum tekstil Jakarta yaitu sekitar 3000 kain koleksi. Adanya media edukasi pembelajaran batik di museum tekstil ini, dapat mengembangkan kreativitas yang dapat tertanam pada diri pengunjung untuk menjaga seni budaya Indonesia. Tetapi, Banyaknya pengunjung Museum Tekstil Jakarta yang tidak terarahkan dengan baik di Museum. Karena banyaknya kain koleksi Nusantara yang diletakan di ruang-ruang bangunan museum yang tidak terdapat informasi kain menjadikan pengunjung kesulitan dalam mendapat informasi tentang kain tersebut. Tidak adanya sistem penyampaian informasi yang baik sehingga informasi yang ada di area tersebut tidak diperoleh dengan mudah oleh para pengunjung.

Fenomena di atas merupakan masalah dari Museum Tekstil Jakarta, yaitu Museum Tekstil Jakarta yang terletak di Ibukota Jakarta merupakan salah satu museum besar di Jakarta. Ketika masuk Museum pengunjung tidak diberikan sebuah infografis ruangan yang ada sehingga pengunjung cenderung bertanya pada orang yang menjaga parkir. Belum terdapat signage yang efektif pada Museum Tekstil Jakarta menjadi salah satu masalah yang penulis utamakan.

Signage merupakan sistem tanda hasil komunikasi simbol dan teks pada daerah dengan mobilitas tinggi, tanpa tergantung bahasa verbal yang terbatas (Whitbread, 2009:104). Bila dikaitkan dengan konteks sebuah bangunan, (Rubenstein, 1996:41) mendefinisikan bahwa signage merupakan sistem tanda bagian dari bidang komunikasi visual yang berfungsi sebagai sarana informasi dan komunikasi secara arsitektural. Dengan demikian, sangat dibutuhkan sebuah informasi dari sebuah signage untuk membantu pengunjung Museum Tekstil Jakarta untuk mengetahui tata letak ruangan yang mereka cari tanpa harus repot-repot mencari petugas Museum untuk bertanya. Selain untuk pengunjung signage juga dapat membantu petugas Museum, terutama bagi mereka yang baru bekerja di sana, sehingga dapat membantu mereka bekerja lebih efektif.

2. Dasar Pemikiran

2.1 Teori Perancangan

Dalam pembuatan suatu konsep perlu adanya rancangan yang mampu menggabungkan berberapa konsep menjadi utuh sehingga konsep konsep tersebut dapat menjadi satu kesatuan

Menurut John W. Creswell (2012) rancangan penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang terdiri dari banyaknya asumsi asumsi hingga metode-metode yang sangat detail dalam pengumpulan dan analisis data.

2.2 Grafis Lingkungan (Environment Graphic Design)

Menurut Chris Calori dan David Vanden (2015:2) desain grafis lingkungan atau EGD didefinisikan sebagai komunikasi grafis informasi dilingkungan buatan adalah salah satu profesi tertua di dunia. Seiring berkembangnya kota dan mobilitas, membuat lingkungan menjadi lebih kompleks dan kebutuhan masyarakat untuk memahami akan informasi. Perkembangannya teknologi seperti alat digital untuk elemen grafis dengan skala besar yang akurat yaitu tipografi dan simbol pada tanda tanda. Dengan demikian kebutuhan signage proaktif secara sistematis.

2.3 Signage dan wayfinding (Signage and wayfinding)

Menurut Chris Calori dan David Vanden di dalam bukunya yang berjudul “Signage and Wayfinding Design” (2015:6), signage dan wayfinding biasa didefinisikan sebagai sekelompok tanda yang bersifat informatif dan ditunjang dengan sebuah visual menjadi satu kesatuan. Tugas utama dari signage sendiri adalah untuk membantu orang mencari jalan selama berada di dalam suatu lingkungan. Selain itu, signage juga diprogram untuk mengkomunikasikan beberapa informasi yang berbeda, seperti tanda peringatan, operasional, dan sebagainya. Wayfinding merupakan sebuah proses yang bersifat aktif, dibutuhkan keterlibatan mental dan perhatian khusus terhadap lingkungan yang akan dibuat untuk menavigasi.

2.4 Proses Desain (Design Process)

Proses desain dasar dapat secara efektif disesuaikan dengan grafis lingkungan itu sendiri. Memaksimalkan efisiensi aktivitas lingkungan. Karena banyak proyek grafis lingkungan yang digabungkan dengan proyek desain arsitektur. Model proses ini juga merupakan kerangka kerja yang berguna untuk suatu proyek. Model proses desain yang meliputi fase pradesain, desain, dan post desain (Chis Calori,2015:27)

2.5 Sistem Komponen Piramida Signage

mengkomunikasikan informasi tentang lingkungan yang diberikan kepada pengguna lingkungan. Informasi tersebut disampaikan melalui grafik yang ditampilkan pada benda atau perangkat tanda fisik atau perangkat keras. (Calori, 2015:81).

2.6 Sistem Grafis

menurut Chis Calori (2015:126) sistem grafis pada signage adalah bagian dari warisan budaya komunikasi visual yang hebat. Sistem grafis membuat konten informasi menjadi nyata. Sistem grafis memberikan struktur, bentuk, dan gaya untuk informasi yang dikomunikasikan pada tanda-tanda.

2.6.1 Tipografi

tipografi adalah tulang punggung dari sistem grafis tanda karena sebegini besar konten informasi yang disampaikan dengan kata-kata dari pada element gambar. Subjek dari bagian ini karena diperlukan untuk signage. (Calori, 2015:127)

2.6.2 Simbol dan tanda panah

Dalam penyampaian sesuatu yang jelas, Piktogram harus dibuat sangat jelas tetapi sangat sederhana mungkin. (Calori dan Vanden, 2015:143)

2.6.3. Warna

Warna merupakan elemen dari sistem grafis program tanda sama halnya dengan sistem perangkat keras. Ada banyak cara warna dapat digunakan dalam signage. Untuk memberikan gambaran pemilihan warna karena ini sangat penting yang berkaitan dengan sistem grafis. Bukan memberikan diskusi yang luas tentang subjek warna yang kompleks. (Calori dan Vanden, 2015:157).

2.6.4 Layout

Layout menurut Chris Calori dan David Vanden, (2015:165) adalah suatu proses kreativitas yang tinggi dengan pilihan desain yang tak terbatas. Layout juga menggambarkan bagaimana karakter visual dari sebuah signage, layout dapat menonjolkan kesan kuat, mencolok, lembut, modern, dan tradisional.

2.7 Sistem Hardware

Terdapat tiga bentuk dasar geometris yang biasa digunakan untuk mengekspresikan kategori dan fungsi sebuah sign. (Calori, 2015:192)

2.8 Museum

Museum yang berasal dari bahasa Yunani mouseion , memiliki arti kuil untuk memuja dewa-dewi inspirasi, pembelajaran dan patron seni (Tjahjopurnomo, dkk., 2011:3). Museum yang masih dalam bentuk primitif telah dikenal sejak awal milenium ke-2 SM di Mesopotamia. Pada masa tersebut mereka telah mulai mengoleksi benda-benda antik yang disimpan dalam suatu tempat.

3. Konsep Perancangan

3.1 Konsep Pesan

Menyampaikan kepada pengunjung, masyarakat, dan pelajar bahwa Museum Tekstil Jakarta merupakan salah satu pilihan Museum yang harus dikunjungi demi mendapatkan pengetahuan tentang tekstil Nusantara. Museum Tekstil Jakarta memiliki kebudayaan Nusantara dengan berbagai macam kain tekstil dan batik tradisional yang dibuat oleh seniman terdahulu di Indonesia. Menjadi satu kesatuan kebudayaan Indonesia dengan memperkenalkan berbagai macam kain dengan rajutan- rajutan menggunakan benang dengan alat tradisional.

3.2 Konsep Kreatif

Konsep-konsep kreatif pada perancangan ini dibuat berdasarkan pada konsep pesan yang akan disampaikan yaitu Museum Tekstil Jakarta yang merupakan salah satu media edukasi memiliki peranan yang teramat penting dalam pertumbuhan unsur sosial, bisnis dan budaya. memiliki memiliki wastra tradisional dan batik nusantara yang sangat menarik untuk dikunjungi agar mendapatkan pengetahuan tentang tekstil dan batik. dengan adanya grafis lingkungan yaitu signage dan wayfinding. wastra batik nusantara dapat dilestarikan sampai generasi ke generasi seterusnya. dalam pembuatan desain grafis lingkungan penulis mengambil mengambil bentuk dari bangunan yang terdapat pada Museum dan salah satu alat tradisional wastra yang terdapat di Museum, selain itu perancangan grafis lingkungan membuat identitas baru bagi Museum Tekstil Jakarta.

3.3 Konsep Media

Dalam perancangan ini, media yang dipilih harus tepat dan efektif. Media yang mendukung dalam penyampain pesan ini yaitu:

- | | |
|----------------------------------|------------------------|
| 1. <i>Signage dan wayfinding</i> | 5. <i>Media Social</i> |
| 2. <i>Environment graphic</i> | 6. <i>Brosur</i> |
| 3. <i>Ticket</i> | 7. <i>Poster</i> |
| 4. <i>Website</i> | 8. <i>Merchandise</i> |

4. Konsep Visual

4.1 Signage dan Wayfinding

Dalam perancangan ini konsep ilustrasi yang diterapkan pada desain signage dan wayfinding diadaptasi dari bentuk bangunan pada museum tekstil dan alat wastra tradisional, maka bentuk menyerupai bangunan pada museum.

elemen pada bangunan di museum tekstil dijadikan desain pictogram, dan logo diambil dari kain wastra dalam bentuk yang minimalis. pictogram yangdigunakan mengambil dari benang tenun yaitu outline. dan bentuknya mengambil dari grid gabungan bentuk bangunan museum tekstil dan alat wastra tradisional.

4.2 Warna

warna yang dipilih adalah kuning kayu , abu abu, Coklat tua, dan Merah tua. pemilihan warna yang kontras agar memudahkan dalam pembuatan pictogram dan tipografi agar mudah keterbacaannya. warna coklat Tua diambil dari warna warna batik yang banyak terdapat pada Museum Tekstil tersebut. warna merah dapat digunakan pada regulation sign sehingga dapat menekan pada peraturan yang ada di Museum Tekstil Jakarta yang tidak boleh dilanggar.

4.3 Tipografi

Tipografi yang akan dipakai untuk perancangan logo tipe dekoratif yang menyesuaikan huruf yang membentuk seperti benang tenun. Tipografi yang di pakai adalah Museo Regular dan Bold. Museo font memiliki bentuk font yang memiliki alur seperti benang selain itu huruf ini juga mudah untuk di baca.

4.4 Konsep Marketing Communication

dari konsep pesan terdapat konsep komunikasi yang penulis lakukan berdasarkan metode AISAS, yaitu :

Attention (Perhatian)	Menarik wisatawan akan adanya Museum yang didalamnya terdapat tempat untuk membatik dan memiliki koleksi batik Nusantara, dengan cara memberikan informasi kepada masyarakat yang berkunjung maupun yang sedang tidak berkunjung untuk mendapatkan pengalaman di Museum Tekstil Jakarta	Signage dan Wayfinding Brosur Poster Merchandise
--------------------------	---	---

Interest (Menarik)	Untuk menarik wisatawan agar mengunjungi Museum tekstil Jakarta, maka dibutuhkan media promosi untuk memberikan informasi kepada masyarakat	Brosur Media Sosial Poster
Search (Mencari)	Untuk mendapatkan informasi terkait Museum tekstil Jakarta masyarakat penasaran dan mencari tahu tentang Museum Tekstil	Media sosial Website
Action (aksi)	Setelah melakukan Search pada metode aiasas, masyarakat akan mengunjungi Museum Tekstil Jakarta	Signage Wayfinding Brosur
Share (Menyebarkan)	Menyebarkan pengalaman setelah berkunjung pada museum tekstil Jakarta untuk memberika tahu masyarakat yang belum tahu Museum Teskil Jakarta	Sosial Media Merchandise brosur

Tebel 4.1 AISAS

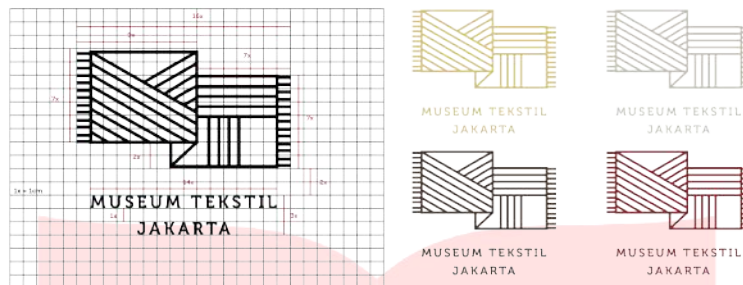
4.5 Konsep Bisnis

Anggaran : Total : Rp 22.579.000,-

Bahan	banyaknya	Harga satuan	Jumlah
Akrilik 60cmx43cm	12 Buah	Rp. 700.000	Rp. 8.400.000
Akrilik 30cmx22cm	23 Buah	Rp. 350.000	Rp. 8.050.000
Kayu 5cmx4cm	18 Buah	Rp. 28.000	Rp 504.000
Poster A3 Artpaper	500 Buah	Rp. 5000	Rp. 2.500.000
Gantungan kunci	500 Buah	Rp. 1.250	Rp. 625.000
Sticker	500 Buah	Rp. 500	Rp. 250.000
Brosur	500 Buah	Rp 3000	Rp. 1.500.000
Game mimi Lembar A5	500 Buah	Rp. 1.500	Rp. 750.000

5. Hasil Perancangan

5.1 Logo



Gambar 4.16 Logo Museum Tekstil
Sumber dokumen pribadi

5.2 Signage dan Wayfinding



Gambar 5.2 Signage dan Wayfinding

Sumber : Fajar Rizki, 2019

5.3 Peta 2D & 3D



Gambar 5.3 Peta 2D dan 3D

Sumber : Fajar Rizki, 2019



Gambar 5.5 Media Promosi

Sumber : Fajar Rizki, 2019

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil tugas akhir yang penulis buat dapat disimpulkan beberapa hal pokok yang didapatkan oleh penulis, yaitu sebagai berikut:

1. Grafis lingkungan merupakan hal penting yang harus ada pada kawasan yang membutuhkan grafis lingkungan agar dapat memberikan identitas pada kawasan atau lokasi tersebut.
2. Signage dan wayfinding merupakan elemen dari grafis lingkungan yang sangat penting bagi tempat lokasi yang membutuhkan navigasi agar dapat mudah ditemukan oleh pengunjung. Dengan adanya perancangan grafis lingkungan pada Museum Tekstil Jakarta dapat mempermudah wisatawan yang ingin berkunjung ke Museum Tekstil tersebut. Dikarenakan telah tersedianya informasi yang memadai melalui aspek aspek visual yang terdapat pada signage dan wayfinding yang telah dirancang oleh penulis
3. Dengan adanya media pendukung poster, merchandise, dll dapat memberikan pengunjung hal yang dapat mengenal identitas Museum Tekstil Jakarta

Daftar Pustaka

- Calori, Chris., Vanden-Eynden, D. (2015). Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems. John Wiley & Sons.
- Gibson, D. (2009). The wayfinding handbook: Information design for public places. Princeton Architectural Press.
- Yulianto, Kresno. (2016). Dibalik pilar-pilar Museum. Wedatama Widya Sastra
- Soewardikoen, Didit Wiatmoko. 2013. Metode Penelitian Visual : Dari Seminar ke Tugas Akhir. Bandung: Dinamika Komunika.
- John W, Creswell. 2012. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Akbar, I., & Mustikawan, A. (2018). Perancangan Media Informasi Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa Di Kawasan Universitas Telkom. eProceedings of Art & Design, 5(3).
- Rabbani, R., Wahab, T., & Hidayat, S. (2016). Perancangan Media Informasi " wisata Museum Mandala Wangsit Siliwangi" Kota Bandung. eProceedings of Art & Design, 3(3).

<https://museumtekstiljakarta.com> diakses pada tanggal 10 Februari 2019 pukul 20.39 WIB

<https://www.kompasiana.com/sutiono/59223fe821afbd2f2f5f317c/museum-tekstil-upaya-memperkenalkan-budaya-bangsa> diakses pada tanggal 10 Maret 2019 Pukul 09.34 WIB

<http://wartakota.tribunnews.com/2017/07/17/koleksi-museum-tekstil-jakarta-kain-batik-betawi-kuno-berusia-puluhan-tahun> diakses pada tanggal 11 maret 2019 Pukul 12.22 WIB

