

JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG
***CORPORATE IDENTITY* MUSEUM BIOLOGI**
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA



PENCIPTAAN

Syarif Hidayatullah

NIM 1410097124

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2019

Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

PERANCANGAN ULANG *CORPORATE IDENTITY* MUSEUM BIOLOGI UNIVERSITAS GADJAH MADA YOGYAKARTA diajukan oleh Syarif Hidayatullah, NIM 1410097124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 16 Januari 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Ketua Program Studi S1

Desain Komunikasi Visual

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001

ABSTRAK

Merancang ulang *corporate identity* merupakan sebuah upaya yang bertujuan membentuk identitas visual yang baru agar tepat pada audience. *Corporate identity* sendiri terdiri atas beberapa elemen grafis seperti logo, warna, tipografi, dan lainnya yang diterapkan secara konsisten pada sejumlah media sehingga menyiratkan hal-hal positif terhadap *audience*. Salah satu lembaga yang memerlukan perancangan ulang pada *corporate identity* nya adalah Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, hal tersebut dikarenakan belum diterapkannya kaidah-kaidah *corporate identity* yang baik serta belum adanya konsistensi pada elemen-elemen grafisnya. Permasalahan tersebut mampu mendatangkan kesan negatif pada benak *audience*, sehingga pihak museum memutuskan untuk merancang ulang *corporate identity* dengan menggunakan kaidah-kaidah perancangan *corporate identity* yang baik sebagai solusi dari permasalahan tersebut.

Metode yang digunakan dalam perancangan karya desain ini adalah pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data pada lapangan, serta kepustakaan. Untuk metode analisis sendiri menggunakan 5W+1H dan juga SWOT. Serta teori-teori yang menjadi rujukan utama mengacu pada teori David E. Carter dan Veronica Napoles. Konsep perancangan ini juga mengadopsi beberapa elemen visual dari logo terdahulu dan akan lebih menonjolkan segi *informative* dan *memorable*. Karya tugas akhir perancangan ini adalah *corporate identity* beserta *graphic standard manual*, serta penerapannya pada media-media pendukung.

Kata kunci: *re-desain*, *corporate identity*, museum, Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

ABSTRACT

Re-designing corporate identity is a process which aims to form a new visual identity that right on to the audience. Corporate identity consists of several graphic elements such as logos, colours, typography which are consistently set in a graphic media, thus it implies the positive matters to the audience. One of company wich identity need to be redesigned is Museum Biologi Universitas Gadjah Mada, because the consistency of their identity has not been applied successfully. It can lead to the audience's negative impression. Accordingly, to solve this problem, the museum decided to re-design their corporate identity accordance with principles in designing corporate identity.

The method used in designing the corporate identity is qualitative approach by collecting data in a field as well as studying a literature. The analytical method is using a 5W+1H questions and SWOT. Additionally, David E Charter and Veronica Napoles theories are used as the main references. The concept of their new identity is adopted from their last logo which shows the informative and memorable form. This final design work regarding a corporate identity with a graphic standard manual and the application of supporting media.

Keyword: re-design, corporate identity, museum, Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

PENDAHULUAN

Menurut laman web visitingjogja.org yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Yogyakarta juga mendapat sebutan sebagai daerah tujuan wisata yang terkemuka dikarenakan banyaknya obyek dan daya tarik wisata serta telah tersedianya sarana dan prasarana sebagai penunjang pariwisata. Pusat perbelanjaan seperti pasar Beringharjo yang merupakan pasar tradisional dan sepanjang Jalan Malioboro pada umumnya juga menjadi sasaran utama bagi wisatawan yang hendak membeli kerajinan dan juga oleh-oleh khas Yogyakarta lainnya. Di samping itu juga terdapat juga tempat yang menyajikan makanan khas Kota Yogyakarta seperti Gudeg, Bakpia Pathuk, dan Yangko. Bagi wisatawan yang ingin mengetahui sejarah Kota Yogyakarta bisa berkunjung ke museum.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti sejarah, seni, dan ilmu, tempat menyimpan barang kuno. (<http://kamusbahasaindonesia.org/museum>)

Salah satu museum yang ada di Kota Yogyakarta adalah Museum Biologi. Dilansir dalam <https://museum.biologi.ugm.ac.id/> Museum yang merupakan bagian dari Fakultas Biologi UGM dirintis sejak terbentuknya Museum *Zoologicum* pada tahun 1964. Melalui prakarsa Dekan Fakultas Biologi UGM yang waktu itu dijabat oleh Ir. Soerjo Sodo Adisemoyo pada tanggal 20 September 1969 yaitu dalam peringatan Dies Natalis Fakultas Biologi UGM, Museum Biologi diresmikan. Museum Biologi UGM juga sebagai sarana pembelajaran bagi studi dosen, mahasiswa, pelajar, dan umum. Museum Biologi memiliki koleksi spesimen hewan dan tumbuhan dalam bentuk awetan kering, awetan basah serta fosil yang berasal dari daerah di Indonesia dan beberapa dari luar negeri. Koleksi museum tersebut menjadi hingga sampai saat ini koleksi di museum masih bertambah. Selain memproduksi sendiri, museum juga menerima hibah dari perorangan, lembaga swasta, maupun pemerintah.

Ratgiyanta, S.E selaku pengelola Museum Biologi UGM mengatakan pada tahun 2010 jumlah pengunjung Museum Biologi kurang lebih mencapai 16.000 pengunjung, namun pada tahun 2014-2017 pengunjung semakin menurun hingga mencapai 14.000 pertahunnya. Untuk pengunjung yang berasal dari Kota Yogyakarta mayoritas adalah TK,SD, Mahasiswa, juga umum. Untuk pengunjung luar kota kebanyakan didominasi oleh pelajar SMP dan SMA.

Terkait data diatas peneliti melakukan wawancara dengan pengunjung pada 26 Juli 2018 sebanyak 5 orang, dan juga menyebar kuesioner kepada total 20 orang yang berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa lintas jurusan serta karyawan.

Hasil dari wawancara dan kuesioner yang telah dilakukan memberi kesimpulan sebagai berikut. Walau memiliki koleksi yang lengkap, namun konsistensi warna pada setiap elemen grafis di dalam museum masih belum memiliki kesatuan sehingga malah memiliki kesan mengganggu juga mengurangi estetika, serta logo museum yang terlihat kaku juga kurang merepresentasikan museum dengan koleksi biologi hayati, dan perlu diperbaharui agar tepat pada *audience* nya.

Berikut adalah hasil kesimpulan dari data kuesioner menyatakan bahwa setelah disandingkan dengan logo-logo museum lainnya yang serupa 95% responden mengatakan bahwa logo Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang sekarang kurang mampu bersaing dengan logo-logo museum lainnya yang serupa, dan juga setelah dilakukannya pergantian logo museum hingga 3 kali, logo Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang dulu terkesan lebih menarik dan mencerminkan Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Untuk itu seluruh responden setuju untuk dilakukannya re-desain terhadap logo Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang sekarang agar lebih mencerminkan visi misi museum yang sekarang.

Dari permasalahan di atas dapat dilihat bahwa Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta ini sudah memiliki identitas

perusahaan yang cukup jelas, namun belum dapat mewakili karakter dari Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada masa ini, mulai dari logo perusahaan yang terkesan kaku dan kurang menarik untuk Museum yang *target audiencenya* dari berbagai kalangan, terlihat dari sebanyak 100% responden kuisioner yang terdiri dari pelajar SMA sederajat, mahasiswa serta karyawan yang berada di kota Yogyakarta yang mengatakan bahwa setuju logo museum perlu diganti. Juga belum adanya konsistensi pengaplikasian visual pada Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang membuat antara satu desain dengan desain lainnya tidak menjadi satu kesatuan.

Penting untuk memikirkan sebuah perancangan yang dapat menyelesaikan masalah Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta saat ini, mulai dari logo yang terkesan kaku dan kurang menarik juga penerapan identitas visual yang tidak konsisten dengan cara *re-design*, yaitu dengan cara membuat *corporate identity* yang baru bagi perusahaan, agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan memberikan *value* yang lebih bagi perusahaan terhadap *audience*. Dengan konsep yang baru diharapkan akan terciptanya hubungan emosional antara perusahaan dengan *audience*.

Kresno Yulianto mengatakan dalam bukunya yang berjudul *Dibalik Pilar – Pilar Museum* (2016: 275-276), berpendapat tentang museum dituntut untuk berkomunikasi terhadap khalayak dengan lebih kreatif dalam menghadapi persaingan yaitu dengan membangun jati diri suatu korporat atau lembaga sebagai salah satu cara bagaimana khalayak dapat membedakan antara satu museum dengan museum yang lain. Merujuk pendapat dari Paul A. Digent, jati diri sebuah perusahaan merupakan manifestasi visual dari kenyataan perusahaan yang ditampilkan atau diberitahukan melalui nama perusahaan, logo, produk, layanan, bangunan, stationary, seragam, dan segala macam bukti yang dapat diraba diciptakan oleh perusahaan dan dikomunikasikan terhadap khalayak. Jati diri perusahaan ialah citra dari perusahaan tersebut, serta kesan yang ditimbulkan saat pertama bisa memiliki arti dan juga pengaruh yang amat

besar. Ketika jati diri perusahaan tersebut kuat dan juga positif dapat meningkatkan perusahaan terhadap semua operasinya, sebaliknya pun juga begitu, jati diri yang buruk dapat melemahkan reputasi perusahaan juga tentunya dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Korporat” (2015).

Oleh karena itu, perlunya *re-design* pada *corporate identity* Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta diperlukan untuk membangun citra harmonis antara *museum* dan *audience* yang berorientasi pada pelajar, mahasiswa, serta masyarakat umum. Konsep desain yang akan digunakan adalah desain yang mengandung unsur-unsur pembuatan *corporate identity* yang baik agar terciptanya kedekatan antara *audience* dengan Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Kedepannya nanti dengan adanya pembaharuan dari konsep desain ini mampu mengubah mindset masyarakat tentang Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Dengan jati diri yang kuat serta positif diharapkan mampu meningkatkan dalam semua operasinya serta mampu meningkatkan citra pada Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas. Bagaimana merancang ulang identitas visual Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta?

Tujuan Perancangan

Merancang identitas visual yang sesuai bagi Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta melalui metode pendekatan desain komunikasi visual berupa perancangan *Corporate Identity* beserta *graphic standard manual* (GSM), serta penerapannya pada media pendukung promosi sehingga mampu meningkatkan citra positif pada benak audience museum

Batasan Masalah

Pada perancangan *corporate identity* Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta ini, perancangan akan dibatasi oleh hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan pada desain grafis yang meliputi:

1. Merancang *corporate identity*
2. Merancang *graphic standard manual*
3. Merancang media yang akan mendukung promosi yang berupa pengaplikasian rancangan ke beberapa media guna pembentukan citra positif bagi Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Target audience yang akan ditujukan bagi perancangan ini adalah pelajar, mahasiswa, dan khususnya masyarakat di Yogyakarta.

Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan memperkaya keilmuan di bidang *corporate identity*

2. Manfaat Praktis

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta terkait dengan perancangan *corporate identity* Museum Biologi.

3. Manfaat Akademis

- a. Perancangan ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi perancangan yang serupa nantinya.
- b. Hasil perancangan nantinya dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya di bidang *corporate identity*.

Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi, Merupakan metode pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan atau pihak yang terkait dengan tujuan untuk mendapatkan data *original* dan mengetahui keadaan ditempat yang di survei secara rinci. Peneliti akan mengunjungi Museum Biologi UGM secara langsung untuk melihat kondisi lingkungan dan mencatat hal-hal yang penting.
- b. Wawancara, Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait hal-hal yang dibutuhkan untuk merancang *corporate identity* Museum

Biologi UGM kemudian keseluruhan hasil jawaban dari responden akan ditulis untuk selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan informasi data yang kuat.

- c. Studi Pustaka, Sebagai referensi dari sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan. Sumber-sumber dapat berupa buku, artikel, media massa, dan literatur lain yang sesuai dengan topik perancangan.
- d. Studi Dokumentasi, Teknik pengumpulan data secara langsung berupa foto hasil survei lapangan untuk mendapatkan fakta yang akurat sehingga dapat dijadikan acuan untuk mendesain.

PEMBAHASAN

Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta merupakan museum yang dibawah serta dikelola langsung oleh Fakultas Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, merupakan sarana pembelajaran bagi Mahasiswa, Dosen, serta masyarakat. Selain itu museum ini juga bekerja sama dengan dinas, badan musyawarah bagi museum di Yogyakarta, taman bermain, serta rutin mengikuti acara-acara yang berkaitan dengan kemuseuman serta kebiologian. Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta juga memiliki penghargaan-penghargaan di tingkat nasional. Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta ini sudah memiliki identitas perusahaan yang cukup jelas, namun belum dapat mewakili karakter dari Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada masa ini, juga belum adanya konsistensi pengaplikasian visual pada Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang membuat antara satu desain dengan desain lainnya tidak menjadi satu kesatuan. Teori utama yang akan digunakan dalam perancangan ini merujuk pada teori dari David E.Carter dan juga Veronica Napoles, serta teori-teori pendukung lain yang memiliki kaitan dengan perancangan *corporate identity* kali ini

Dengan memiliki *logo, corporate identity, graphic standard manual*, beserta pengaplikasian pada media pendukung serta harapannya

nanti tidak sekedar meningkatkan citra positif pada museum, juga menjaga konsistensi tampilan desain grafisnya, seperti membangun identitas visual yang berbeda terhadap museum lain, yang konsisten juga membantu Museum Biologi Yogyakarta terlihat sebagai lembaga yang profesional.

Pada perancangan kali ini citra visual yang ingin ditampilkan oleh Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta adalah citra visual yang mudah dikenali atau *informative, memorable* seperti pada teori David E. Carter (1985: 31) dan juga Veronica Napoles (1951: 23, 25) dimana kedua tokoh tersebut memiliki kesamaan pendapat atas karakteristik logo yang baik diantaranya *legible, informative* dan juga *memorable*, ketiga karakteristik tadi berperan besar dalam pembuatan logo yang mana sebagai simbol yang tersirat secara informatif, efektif dan juga mudah untuk diingat, dengan begitu logo juga akan dapat dengan mudah jika akan diaplikasikan ke berbagai media. Kesan informatif dan *memorable* dipilih berdasarkan pertimbangan dari target *audience* museum yang mengharapkan logo yang baru bisa dapat diingat dengan baik. Diharapkan dengan citra baru yang lebih informatif dan *memorable* akan terjadi ikatan antara museum dan juga *audience*.

Dalam perancangan ini tipografi yang akan digunakan dalam pembuatan *logotype* akan menggunakan tipografi berjenis *sans serif*, dan akan mengadopsi dari *font Campton*. Menurut Rene Bieder dalam behance.net, *Campton* termasuk kedalam keluarga geometris yang tidak konvensional yang didasari bentuk geometris seperti *Futura* atau *Avant Garde* sehingga menghasilkan kesan modern dan unik yang sangat cocok untuk pembuatan desain aplikasi, corporate identity, web, dan desain interaktif.. Untuk warna yang dipilih adalah warna hijau dan warna oranye. Warna hijau yang juga menjadi salah satu warna yang kerap diadopsi oleh Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat juga Kadipaten Pura Pakualaman. Warna hijau dapat membangkitkan energi, dan juga mampu memberi efek menenangkan, menyejukkan, serta menyeimbangkan emosi. Selain itu warna hijau juga memiliki makna tersirat yaitu elegan, menyembuhkan, empati. Selain itu warna hijau adalah perlambangan dari alam,

pengharapan serta hidup maksudnya kita hidup berdampingan dengan alam, yang menandakan kita harus menjaga alam dan hidup selaras dengan apapun yang ada di dunia ini karena kita selalu hidup dari alam. Selain warna hijau perancangan ini juga mengadopsi warna oranye, yang mana oranye menjadi penyimbolan warna harimau juga warna api. Warna oranye dan juga api mengartikan semangat, petualangan, optimisme, serta percaya diri. Secara keseluruhan logo merupakan perwakilan dari unsur hayati.

Dikarenakan Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta belum memiliki maskot maka dengan pertimbangan tersebut serta fungsi maskot sebagai simbol dari perusahaan atau lembaga juga sebagai media promosi pendukung yang bersifat persuasif bagi museum, maka akan dirancang maskot yang diadaptasi dari logo museum juga untuk mendapatkan kolerasi nya, yaitu bentuk Harimau Sumatra, yang selain itu juga menjadi salah satu koleksi andalan dari Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Diharapkan dengan hadirnya maskot sebagai salah satu media pendukung, mampu mengkomunikasikan citra Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

ANALISIS DATA

1. Analisis Data

- a. What: Apa yang akan dirancang? Yang akan dirancang adalah rancangan ulang dari *corporate identity* Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, beserta *Graphic Standard Manual* dan pengaplikasian media pendukung promosi.
- b. Where: Dimana perancangan ini akan dilakukan? Perancangan ini akan di lakukan di Yogyakarta tepatnya di Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- c. When: Kapan perancangan ini akan selesai serta dapat diaplikasikan oleh pihak Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta? Rencananya perancangan ini akan selesai serta daat langsung diaplikasikan pada bulan Juli 2019.

- d. Why: Mengapa perancangan ini perlu dilakukan? Karena logo dari Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta kurang mampu merepresentasikan citra dari museum, serta diharapkan *corporate identity* yang baru mampu menambah citra positif pada benak audience museum.
- e. Who: Siapa yang akan menjadi target perancangan ini? Target perancangan ini merupakan *audience* Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- f. How: Bagaimana merancang *corporate identity*, *Graphic Standard Manual*, serta aplikasi media yang tepat bagi Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta? Dengan memanfaatkan analisa SWOT, akan mempermudah merancang *corporate identity*, *Graphic Standard Manual*, serta media aplikasi yang tepat bagi Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

2. Analisis Media

a. Strength:

- 1) Merupakan satu-satunya museum Biologi di Yogyakarta.
- 2) Terdapat koleksi flora dan fauna asli Indonesia yang tergolong komplit.
- 3) Tempat wisata yang murah.
- 4) Berada dekat dengan pusat kota.

b. Weakness:

- 1) Kurang di kenal di wilayah Yogyakarta dan juga di wilayah luar Yogyakarta.
- 2) Kurangnya pengelolaan pada Museum Biologi.
- 3) Kurangnya kesadaran masyarakat serta pihak museum terhadap desain.
- 4) *Corporate identity* dan *Graphic Standard Manual* dari Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta belum merepresentasikan museum Biologi yang baik dan

juga belum konsisten pada visual pengaplikasiannya, serta pengarsipan akan logo-logo sebelumnya juga tidak ada.

c. Opportunity:

1) Museum Biologi paling dikenal sebagai salah satu museum flora dan fauna yang paling komplit di Indonesia.

d. Threat:

1) Yogyakarta lebih dikenal dengan wisata alam dan budayanya.

2) Banyaknya museum-museum yang ada di Yogyakarta.

3) Setelah dilakukannya survei terhadap 20 responden secara acak, 60% responden tidak mampu mengingat logo museum dengan baik, juga 95% responden mengatakan bahwa logo Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta kurang mampu bersaing dengan logo-logo museum yang serupa dan 95% dari responden mengatakan bahwa logo dari Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta kurang mampu merepresentasikan museum yang memiliki koleksi biologi.

KESIMPULAN ANALISIS

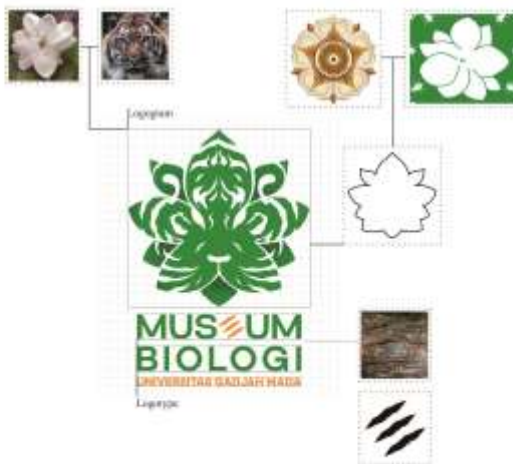
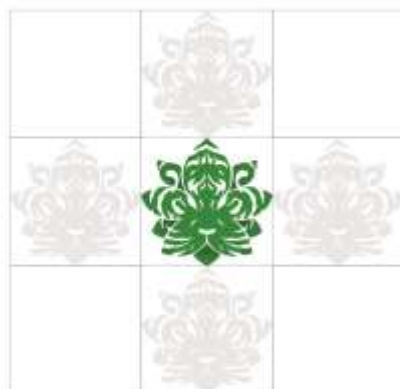
Berdasarkan hasil analisis 5W+1H serta SWOT pada penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta memerlukan perancangan ulang pada *corporate identity* nya. Melihat tidak adanya arsip terhadap logo-logo museum yang terdahulu maka *Graphic Standard Manual* juga diperlukan. Adapun kebutuhan lainnya adalah media pendukung bagi museum guna meningkatkan citra positif museum pada benak *audience* museum. Perancangan ulang *corporate identity* Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta ini rencananya akan selesai serta langsung dapat digunakan oleh pihak museum pada bulan Juli 2019.

HASIL PERANCANGAN



MUSUM
BIOLOGI
UNIVERSITAS GADJAH MADA







Kesimpulan

Setelah menyelesaikan tugas akhir perancangan *re-desain corporate identity* Museum Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, mampu disimpulkan bahwa peran *corporate identity* sendiri sangatlah penting, karena *corporate identity* dapat membantu perusahaan/lembaga memiliki identitas visual yang sesuai dengan jati dirinya.

Corporate Identity sendiri amat sangat lekat dengan perancangan logo yang memiliki fungsi sebagai identitas visual suatu perusahaan/lembaga, yang diikuti pula dengan perancangan elemen visual yang lain seperti warna, tipografi, maskot, seragam, *stationary*, kendaraan operasional, dan media lain yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan/lembaga. Diharapkan dengan adanya perancangan ini mampu membantu museum dalam menjaga konsistensi pada identitas visualnya, sehingga mampu bersaing dengan museum-museum lainnya, serta mampu memberikan kesadaran akan pentingnya pengaruh *corporate identity* terhadap perusahaan/lembaga sehingga masyarakat akan lebih mengerti dan teredukasi. Bagi perancang sendiri mendapatkan banyak sekali pengalaman serta pelajaran terkait dengan perancangan *corporate identity*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

E. Carter, David. 1985. *How to Improve Your Corporate Identity*. New York: Art Direction Book Co.

Napoles, Veronica. 1988. *Corporate Identity Design*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Yulianto, Kresno. 2016. *Di Balik Pilar-Pilar Museum*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.

Sumber Internet

<http://museum.biologi.ugm.ac.id/> diakses pada tanggal 7 Desember 2017 pukul 22.55

https://id.wikipedia.org/wiki/Daerah_Istimewa_Yogyakarta diakses pada tanggal 9 April 2019 pukul 22.58

<http://kamusbahasaindonesia.org/museum> diakses pada tanggal 9 April 2019 pukul 23.00

visitingjogja.com diakses pada tanggal 9 April 2019 pukul 23.15

<http://erizalbarnawi.blogspot.com/2014/04/simbol-dan-makna-kadipaten-pakualaman.html> diakses pada tanggal 10 April 2019 pukul 15.15

<https://www.behance.net/gallery/14680165/Campton-Typefamily> diakses pada tanggal 10 April 2019 pukul 15.22

<https://kbbi.web.id/museum> diakses pada tanggal 10 April 2019 pukul 15.58

<https://heztytatawarna.wordpress.com/2013/11/27/fungsi-corporate-identity/> diakses pada tanggal 12 April 2019 pukul 19.22

