

## Kajian visual produk *merchandise* pada museum di Jakarta

Ayu Fitriani, Morinta Rosandini\*

Program Studi Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1 Terusan Buahbatu-Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung,

Jawa Barat 40257, Indonesia

\*Penulis korespondensi: [morintarosandini@telkomuniversity.ac.id](mailto:morintarosandini@telkomuniversity.ac.id)

Received: 20-11-2023

Revised: 09-12-2024

Accepted: 16-12-2024

**Abstrak.** Museum merupakan tempat wisata budaya, beberapa museum memiliki produk *merchandise*. Produk *merchandise* merupakan produk yang dapat dijadikan cenderamata maupun kenang-kenangan untuk pengunjung museum. *Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara* (Museum Seni Modern dan Kontemporer di Nusantara atau Museum MACAN), Museum Bank Indonesia, dan Museum Fatahillah sudah memiliki *merchandise* yang memiliki karakter kuat dan memperhatikan identitas visual melalui prinsip, unsur, serta pengayaan desain yang mengikuti tren sehingga terlihat menarik secara visual dan menarik perhatian pengunjung. Sehingga perlu dilakukan kajian visual lebih lanjut terhadap produk yang sudah dihasilkan dalam upaya melihat potensi visual dari produk *merchandise*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan menerapkan metode pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Proses pengkajian visual pada produk *merchandise* ini dilakukan berdasarkan prinsip dan unsur desain. Hasil dari kajian ini adalah prinsip desain kesatuan dan hirarki visual serta unsur desain berupa bentuk dan warna adalah yang paling banyak digunakan. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk memberikan referensi dan rekomendasi kepada para desainer maupun pihak museum untuk membuat produk *merchandise* dan membuat inovasi baru pada visual produk sesuai dengan prinsip desain dan unsur desain yang banyak digunakan dari produk *merchandise* yang sudah ada pada beberapa museum di Jakarta.

**Kata kunci:** *Merchandise*, Visual, Museum Jakarta

**Abstract.** Museums are cultural tourist attractions, several museums have merchandise products. Merchandise products are products that can be used as souvenirs or mementos for museum visitors. The Museum of Modern and Contemporary Art in the Archipelago (The Museum of Modern and Contemporary Art in the Archipelago or MACAN Museum), the Bank Indonesia Museum, and the Fatahillah Museum already have merchandise that has strong character and pays attention to visual identity through design principles, elements, and styling that follow trends. So it is necessary to carry out further visual studies of products that have been produced in an effort to see the visual potential. This research is qualitative research and applies data collection methods in the form of observation and interviews. The visual assessment process for merchandise products is carried out based on design principles and elements. The result of this study is that the design principles of unity and visual hierarchy and design elements in the form of shape and color are the most widely used. The aim of this research is to provide references and recommendations to designers and museums to create merchandise products and create new innovative product visuals in accordance with design principle and design elements that are widely used in merchandise products that already exist in several museums in Jakarta.

**Keywords:** Produk Merchandise, Visual, Museum Jakarta

## Pendahuluan

Museum merupakan sebuah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan, serta sebagai tempat menyimpan barang kuno (KBBI, 2012). Keberadaan museum di Indonesia sudah ada sejak masa kolonial yaitu dengan didirikannya museum pada tanggal 24 April tahun 1778 dengan nama *Bataasviachap Genootschap van Kutsen en Wetenschaapen* (Lembaga Kesenian dan Pengetahuan Batavia) yang menjadi museum tertua di Indonesia atau yang kini dikenal dengan nama Museum Nasional. Berdirinya museum *Bataasviachap Genootschap van Kutsen en Wetenschaapen* merupakan cikal bakal berdirinya museum lain di berbagai wilayah di Indonesia (Tjahjopurnomo, 2011). Berdasarkan data dari Kemendikbud (Kemendikbud, 2023), jumlah museum di Indonesia saat ini berjumlah 442 museum yang tersebar di 33 provinsi.

Pada masa kolonial, museum dibangun dengan tujuan sebagai tempat untuk menyimpan koleksi benda-benda arkeolog milik kolektor dan cendekiawan, namun setelah masa kemerdekaan tujuan pendirian dan pembangunan museum adalah sebagai sarana pendidikan dan pelestarian warisan budaya (Tjahjopurnomo, 2011). Seiring dengan perkembangan masyarakat dan kebudayaan, tugas dan peranan museum semakin berkembang tidak hanya menjadi tempat menyimpan benda-benda bersejarah tetapi juga sebagai tempat pendidikan budaya dan “rekreasi” (Nugraha & Rosa, 2022).

Museum sendiri terbagi ke dalam beberapa jenis tema besar diantaranya adalah museum seni, museum sejarah, dan museum perbankan (Yulianto, dkk., 2013). Selain itu, berdasarkan jenis koleksinya museum terbagi ke dalam dua kategori yaitu museum umum dan museum khusus atau museum yang bersifat tematik yaitu memiliki tema tersendiri.

Paradigma museum di Indonesia terus mengalami perubahan salah satunya mengenai orientasi museum dari yang semula merupakan ruang eksklusif kini beralih menjadi ruang publik (Tjahjopurnomo, 2011). Museum sebagai ruang publik tidak hanya sebagai tempat pendidikan informal tetapi juga menjadi daya tarik wisata budaya sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Junaid, 2017). Wisatawan yang berkunjung ke museum seringkali membutuhkan barang yang dapat dibawa pulang dan dijadikan sebagai kenang-kenangan saat berkunjung ke tempat wisata budaya (Istiqomah, 2010). Schlüter mengatakan bahwa kebutuhan yang wisatawan rasakan menjadikan mereka ingin mengabadikan pengalaman mereka telah meningkatkan industri penting dari “kenangan” dan “souvenir”, untuk mewujudkan suatu produk yang dibeli oleh wisatawan untuk kebutuhan mereka sendiri dan sebagai oleh-oleh untuk lingkungan sosial terdekatnya (Schlüter, 2002).

Berkaitan dengan hal ini, museum telah menyediakan fasilitas pelengkap untuk pengunjung yang datang yaitu *museum store* atau *souvenir shop*. *Museum store* atau *souvenir shop* merupakan toko yang menjual berbagai macam *merchandise* atau *souvenir* museum sebagai cinderamata yang dapat dijadikan kenang-kenangan bagi para wisatawan yang datang berkunjung. *Museum store* atau *souvenir shop* memiliki peran yang cukup penting dalam sebuah museum, bukan hanya sebagai fasilitas pelengkap tetapi juga sebagai media publikasi dalam upaya mempertahankan eksistensi museum (Luhur 2018). Beberapa museum yang memiliki *museum store* atau *souvenir shop* di Jakarta yaitu Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara (Museum Seni Modern dan Kontemporer di Nusantara atau Museum MACAN), Museum Bank Indonesia, dan Museum Sejarah Indonesia atau yang dikenal Museum Fatahillah.

Produk-produk *merchandise* yang terdapat pada *museum store* atau *souvenir shop* akan berbeda antara satu museum dengan museum yang lain, hal ini dikarenakan perbedaan tema dan jenis koleksi sebuah museum. *Merchandise* sendiri secara umum diartikan sebagai barang dengan produksi terbatas yang diperdagangkan. Sedangkan secara khusus, *merchandise*

merupakan produk yang dibuat sebagai alat promosi dari suatu produk bisnis untuk mendongkrak *image* bisnis. Namun demikian pola perkembangan *merchandise* menjadi produk yang digunakan oleh personal sebagai alat cendera mata, souvenir, hadiah, dan kenang-kenangan (Hartoko, 2011). *Merchandise* berfungsi sebagai identitas visual yang dapat merepresentasikan citra museum sehingga pengayaan desain produk *merchandise* atau souvenir suatu museum akan menyesuaikan dengan tema dan jenis museum tersebut.

Produk *merchandise* yang dijual pun memiliki variasi jenis produk dan gaya visualisasi desain yang beragam. Keragaman produk merupakan jenis dan ukuran produk yang variatif yang dijual oleh sebuah toko untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan adanya produk yang beragam mulai dari merek, ukuran, bahan jenis, dan ketersediaan produk di setiap toko akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk lebih leluasa memilih produk yang diinginkan (Agustina & Prajono, 2017). Adapun penelitian terdahulu (Anggraeni, dkk., 2016) menyatakan bahwa dengan menyediakan produk atau barang yang beragam dapat memberikan pengaruh keputusan pembelian konsumen. Sejalan dengan itu, menurut Kotler and Armstrong (Kotler & Armstrong, 2016) menyatakan bahwa desain produk akan menarik perhatian konsumen sampai terjadinya keputusan pembelian.

Dari hasil studi literatur diatas dapat disimpulkan bahwa Dengan banyaknya variasi jenis dan visualisasi desain yang menarik pada produk *merchandise* yang ada pada museum maka peningkatan jumlah kunjungan dapat terjadi. Oleh karena itu, kajian terhadap produk *merchandise* dari segi visual desain diperlukan dengan tujuan untuk memberikan referensi dan rekomendasi lebih lanjut kepada desainer atau pihak museum untuk menciptakan visual desain *merchandise* yang menarik dan lebih beragam.

## Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang menghasilkan data yang bersifat deskriptif dalam bentuk rangkaian informasi terkait objek penelitian. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap proses pengkajian produk-produk *merchandise* dari sisi visual desain. Adapun dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan studi pustaka.

### 1. Observasi

Dalam proses ini dilakukan observasi pada tiga jenis museum yang berada di Jakarta diantaranya museum seni (Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara (Museum Seni Modern dan Kontemporer di Nusantara atau Museum MACAN)), museum sejarah (Museum Fatahillah), dan museum perbankan (Museum Bank Indonesia). Observasi dilakukan melalui dua tahap sebagai berikut:

#### a. Observasi Lapangan/Langsung

Observasi lapangan dilakukan dengan mendatangi Museum Fatahillah dan Museum Bank Indonesia untuk melihat secara langsung ragam jenis dan variasi produk *merchandise* pada museum tersebut dengan tujuan untuk mengetahui apa saja jenis produk yang banyak dijadikan sebagai *merchandise* dan bagaimana visualisasi pengayaan desain yang banyak digunakan pada produk *merchandise* di Museum Fatahillah dan Museum Bank Indonesia.

#### b. Observasi Tidak Langsung

Observasi tidak langsung dilakukan dengan mengamati produk *merchandise* melalui media sosial yaitu instagram dan website pada museum seni kontemporer yang berada di Jakarta yaitu *Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara* (Museum Seni Modern dan Kontemporer di Nusantara atau Museum MACAN) untuk

melihat ragam jenis dan variasi produk serta pengayaan visual desain pada produk *merchandise* pada Museum MACAN.

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mencari berbagai sumber data dan informasi melalui jurnal dan buku untuk mendapatkan data informasi mengenai museum dan *merchandise* pada Museum Bank Indonesia, Museum Fatahillah, dan Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara (Museum Seni Modern dan Kontemporer di Nusantara atau Museum MACAN). Selain itu, studi pustaka juga dilakukan dengan membaca dan melakukan pengkajian terhadap teori mengenai prinsip-prinsip desain serta unsur desain yang diusung oleh Muhammad Suyanto (dalam buku Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan, M. Suyanto 2004).

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada produk *merchandise* yang dijual pada Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara (Museum Seni Modern dan Kontemporer di Nusantara atau Museum MACAN), Museum Bank Indonesia dan Museum Fatahillah, ditemukan beragam variasi produk *merchandise* dari segi jenis produk mulai dari produk tekstil sampai *stationary* dan visual desain dengan pengayaan desain yang beragam. Setiap visualisasi desain dalam produk *merchandise* mencerminkan citra museum dan menjadi identitas visual dari masing-masing museum. Dalam upaya mengkaji desain visual produk *merchandise* dilakukan dengan menggunakan prinsip-prinsip dasar desain dan unsur rupa. Prinsip-prinsip dasar desain merupakan prinsip keseimbangan, prinsip hierarki visual, prinsip kesatuan dan prinsip ritme, adapun elemen dasar desain meliputi garis, bentuk, warna, tekstur, dan kontras nilai (Suyanto, 2004).

### Museum MACAN (Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara)

Analisis jenis produk *merchandise* dan visual desain dilakukan untuk mengidentifikasi variasi produk dan pengayaan visual desain pada produk *merchandise* Museum MACAN. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui dominasi jenis produk *merchandise*, mengetahui pengayaan visualisasi desain melalui prinsip-prinsip desain serta unsur desain yang digunakan dalam perancangan desain produk *merchandise* sehingga sesuai dengan karakter atau identitas visual Museum MACAN. Pada Tabel.1 dipaparkan hasil observasi yang telah dilakukan secara tidak langsung pada produk *merchandise* yang ada pada Museum MACAN.

**Tabel.1** Analisis jenis produk dan visual desain pada produk *merchandise* Museum MACAN

| Gambar Produk <i>Merchandise</i>                                                    | Jenis Produk dan Analisis Visual Desain                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Jenis produk: <i>Tote bag</i></p> <p>Analisis visual desain:</p> <p><i>Tote bag</i> 'Chiharu Shiota: The Soul Trembles' dibentuk dengan pengayaan visual desain yang minimalis. Terdapat dua komponen elemen desain yaitu garis dan titik. Unsur garis dibuat saling bersambungan antara satu titik dengan titik yang lain namun polanya tidak beraturan sehingga menciptakan kesan <i>abstract</i>, sedangkan unsur titik dibuat dengan pola yang teratur. Pada sisi kanan tersedia unsur titik tanpa garis. Hal ini sesuai dengan tujuan desain produk yaitu agar pembeli</p> |

menciptakan kreatifitasnya dengan menggambar garis pada titik yang telah disediakan. Penggunaan warna pada *tote bag* yaitu warna merah dan putih gading sehingga menciptakan kontras yang sangat menarik perhatian dan sesuai dengan identitas visual Museum MACAN. Kesan yang ditimbulkan dari desain *tote bag* tersebut adalah modern dan kontemporer.



Jenis produk: *Tote bag*

Analisis visual desain:

*Tote bag* “Jalan-Jalan” dibentuk dengan menggunakan pengayaan *flat design*. *Flat design* atau yang berarti desain datar adalah pengayaan desain yang berfokus pada penggunaan warna yang solid, tipografi dan elemen yang lebih sederhana (Hasanudin & Adityawan, 2020). Visual desain *tote bag* menggunakan prinsip kesatuan dan keseimbangan. Hal ini terlihat dari gabungan unsur desain yang terlihat menyatu berupa warna dan bentuk serta penempatan bentuk tipografi yang seimbang sehingga nyaman dipandang. Sementara itu, pada unsur visual terdiri dari warna dan bentuk. Unsur bentuk berupa tipografi yang diadaptasi dari kata “Jalan-Jalan” yang dibentuk lebih organik (tidak terlihat seperti huruf namun masih bisa dibaca) seperti huruf “J” dan “A” yang diilustrasikan seperti kaki yang sedang berjalan. Berdasarkan unsur warna, penggunaan warna dibuat *blocking* dengan mengkombinasikan warna cerah seperti merah, biru muda, dan orange sehingga menciptakan kesan modern, ceria, dan *playfull*. Warna didominasi oleh warna merah, hal ini sesuai dengan identitas visual museum MACAN.



Jenis produk: *Tote bag*

Analisis visual desain:

*Tote bag* “Logo Large Tote Bag” dibentuk dengan pengayaan *flat design*. *Logo Large Tote Bag* menggunakan prinsip hirarki visual, hal ini terlihat dari penempatan tipografi berukuran besar yang terletak ditengah bawah dan warnanya yang sangat kontras dengan warna *background* sehingga fokus utama audience akan tertuju pada elemen tipografi. Berdasarkan unsur bentuk, bentuk tipografi merupakan ciri khas *font* dari logo Museum MACAN. Tipografi yang digunakan memberikan kesan *simple*, *casual* dan modern. Penempatan atau tata letak tipografi tidak terlalu rapat dan tidak terlalu renggang sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca. Sementara itu, pada unsur warna menggunakan warna merah dan hitam sesuai dengan identitas visual Museum MACAN.



Jenis produk: *Scraft*

Analisis visual desain:

Desain *scarf* dibuat menggunakan pengayaan *flat design* berbasis vektor. Menggunakan prinsip desain hirarki visual dan kesatuan. Prinsip hirarki visual terlihat dari bentuk sepeda yang dibuat paling besar dari elemen disekitarnya sehingga fokus utama *audience* akan tertuju pada bentuk sepeda tersebut. Selain itu, terdapat *frame layout* berupa garis berwarna biru dan menempatkan semua elemen desain di dalam kotak berwarna orange sehingga audiens akan fokus pada bentuk yang ada di dalam *frame*. Kemudian berdasarkan prinsip kesatuan dapat dilihat dari adanya penempatan dan keserasian antar unsur desain bentuk dengan ukuran yang berbeda ditambah unsur warna yang serasi sehingga menciptakan kesatuan dan perbedaan elemen terlihat dengan jelas. Unsur warna menggunakan pewarnaan *color-blocking* dengan bentuk karakter *flat* meliputi bentuk gedung, sepeda, dan aktivitas manusia seperti sedang duduk, berjalan, dan bersepeda. Desain *scarf* juga memakai warna-warna cerah sehingga memberikan kesan *playful*, semangat, dan menyenangkan.



Jenis produk: Pulpen

Analisis visual desain:

Pulpen dibentuk dengan pengayaan desain *flat design* berupa *logo type* Museum Macan. Desain pada pulpen menggunakan prinsip desain berupa hirarki visual, hal ini terlihat dari desain yang hanya memiliki elemen desain berupa logo dari Museum Macan sehingga fokus utama *audience* langsung tertuju pada logo tersebut. Berdasarkan unsur desain warna, desain menggunakan warna dasar yaitu putih, hijau, kuning, dan hitam dengan pewarnaan *blocking* dan menimbulkan kesan *simple* dan modern.

---

Sumber: Produk *merchandise* Museum MACAN (2023)

### Museum Bank Indonesia

Analisis jenis produk *merchandise* dan visual desain dilakukan untuk mengidentifikasi variasi produk dan pengayaan visual desain pada produk *merchandise* Museum Bank Indonesia. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui dominasi jenis produk *merchandise*, mengetahui pengayaan visualisasi desain melalui prinsip-prinsip desain dan unsur desain yang digunakan dalam perancangan desain produk sehingga produk *merchandise* dapat menggambarkan karakter atau identitas visual dari Museum Bank Indonesia. Pada Tabel.2 dipaparkan hasil observasi yang telah dilakukan secara langsung pada produk *merchandise* yang ada pada Museum Bank Indonesia.

**Tabel.2** Analisis jenis produk dan visual desain pada produk *merchandise* Museum Bank Indonesia

| Gambar Produk Merchandise                                                           | Jenis Produk dan Analisis Visual Desain                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>Jenis produk: <i>Pouch</i></p> <p>Analisis visual desain:</p> <p>Desain <i>pouch</i> dibuat menggunakan teknik <i>screen printing</i> dengan pengayaan desain ilustrasi gambar bentuk dari bangunan Museum Bank Indonesia. <i>Screen printing</i> atau sablon merupakan pola berdesain yang dapat di gambar berdasarkan contoh yang sudah ada sebelumnya (Wulandari &amp; Febriani, 2019). Menerapkan prinsip desain hirarki visual yaitu gambar yang diletakkan ditengah <i>layout</i> sehingga fokus utama <i>audience</i> akan langsung tertuju pada visual bangunan tersebut. Kemudian fokus akan tertuju pada bagian bawah gambar berupa teks bertuliskan Museum Bank Indonesia. Prinsip kesatuan pada desain terlihat dari gabungan gambar visual dan penempatan teks yang diletakkan tepat di bawah gambar serta logo Bank Indonesia pada sisi kiri atas membuat desain terlihat seperti satu kesatuan ditambah warna pada gambar hanya menggunakan warna putih membuat visual desain tersebut terlihat <i>simple</i> dan nyaman dipandang. Warna dasar <i>pouch</i> berwarna gelap yaitu hitam dan merah <i>maroon</i> sedangkan warna gambar bangunan, teks, dan logo berwarna putih membuat kontras yang jelas sehingga mudah dikenali. Pada bagian atas <i>pouch</i> terdapat logo dengan bentuk <i>logogram</i> dan <i>logotype</i> ciri khas Bank Indonesia dan teks bertuliskan Bank Sentral Republik Indonesia sebagai identitas dari museum. Kemudian terdapat tipografi dengan teks utama bertuliskan “Museum Bank Indonesia” menggunakan elemen desain <i>font</i> yang memberikan kesan tegas dan solid serta mudah dibaca sehingga dapat menjadi media promosi bagi Museum Bank Indonesia.</p> |
|  | <p>Jenis produk: <i>Tote bag</i></p> <p>Analisa desain: Desain <i>tote bag</i> dibuat dengan teknik <i>screen printing</i> dengan ilustrasi berbasis vektor berupa gambar gedung Museum Bank Indonesia. Menerapkan prinsip desain hirarki visual yaitu gambar gedung yang diletakkan di tengah sehingga dapat menarik perhatian <i>audience</i> dan menjadi <i>point of interest</i>. Warna pada <i>tote bag</i> menggunakan dua warna yaitu hitam pada latar dan warna putih pada tali dan gambar visual gedung, hal ini menciptakan kontras dan membuat gambar visual terlihat sangat menonjol sehingga mudah dikenali dan menjadi fokus utama <i>audience</i> ketika pertama kali melihat produk tersebut. Pada</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

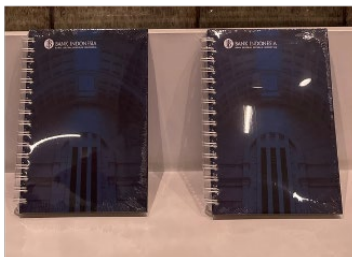
bagian atas gedung terdapat *logogram* dan *logotype* ciri khas Museum Bank Indonesia yang menjadi identitas dari museum. Prinsip kesatuan juga terlihat pada produk tersebut dari perpaduan unsur warna hitam dan putih dengan gambar visual yang berukuran cukup besar sehingga terlihat jelas, dan terdapat logo sebagai identitas sehingga desain visual *tote bag* terlihat menyatu dan nyaman dipandang.



Jenis produk: Botol minum

Analisa desain:

Desain botol minum pada bagian dalam dibuat dengan teknik digital printing dengan ilustrasi kartun berbasis vektor berupa karakter “Kak MuBI” dan gambar visual bangunan Museum Bank Indonesia. Menerapkan prinsip desain berupa kesatuan, hal ini terlihat dari komposisi penempatan desain dan penggabungan unsur-unsur elemen meliputi karakter “Kak MuBI”, gambar visual bangunan museum, dan tipografi yang ditempatkan di satu titik saling berdekatan menjadi bentuk yang menarik dan menyatu satu sama lain sehingga nyaman untuk dipandang. Terdapat tipografi teks bertuliskan “Sahabat Museum Bank Indonesia” dengan *font* yang bersifat ramah dan santai sehingga pesan dalam desain dapat tersampaikan. Pada unsur warna, menggunakan menggunakan warna biru, merah, hitam dengan latar berwarna putih menciptakan kontras yang menarik sehingga gambar visual terlihat menarik dan teks terlihat jelas dan mudah dibaca.



Jenis produk: *Notebook* Museum Bank Indonesia

Analisa desain:

*Notebook* Museum Bank Indonesia berbentuk persegi panjang dengan orientasi *portrait* dan pada cover nya dibuat menggunakan teknik *digital printing* menggunakan gambar berupa foto ruang interior Museum Bank Indonesia. Prinsip desain pada produk *notebook* ini menerapkan prinsip keseimbangan asimetris karena elemen logo tidak terletak di tengah layout melainkan terletak di bagian pojok kiri atas cover sehingga visual desain terlihat tidak monoton. Pada desain hanya memiliki satu unsur elemen desain berupa *logogram* dan *logotype* ciri khas Bank Indonesia dan teks bertuliskan Bank Sentral Republik Indonesia yang terletak di bagian pojok atas cover sebagai identitas dari Bank Indonesia. Warna cover pada *notebook* bernuansa gelap menggunakan warna biru BI yang merepresentasikan unsur kebijakan dan menggambarkan Museum Bank Indonesia yang selalu

memberikan informasi yang terpercaya bagi masyarakat. Kesatuan pada desain terlihat dari keserasian antara pemilihan warna dan penempatan elemen logo pada cover sehingga visual desain terlihat *simple* dan tidak monoton.

Sumber: Produk *merchandise* Museum Bank Indonesia (2023)

### Museum Fatahillah

Analisis jenis produk *merchandise* dan visual desain dilakukan untuk mengidentifikasi variasi produk dan pengayaan visual desain pada produk *merchandise* Museum Fatahillah. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui dominasi jenis produk *merchandise*, mengetahui pengayaan visualisasi desain melalui prinsip-prinsip desain dan unsur desain yang digunakan dalam perancangan desain produk *merchandise* sehingga dapat sesuai dengan karakter atau identitas visual Museum Fatahillah. Pada Tabel.3 dipaparkan hasil observasi yang telah dilakukan secara langsung pada produk *merchandise* yang ada pada Museum Fatahillah.

**Tabel.3** Analisis jenis produk dan visual desain pada produk *merchandise* Museum Fatahillah

| Gambar Produk Merchandise                                                          | Jenis Produk dan Analisis Visual Desain                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Jenis produk: Kipas</p> <p>Analisis visual desain:</p> <p>Desain kipas dibuat menggunakan teknik <i>digital printing</i> dengan vektor ilustrasi bentuk organis yaitu bentuk beberapa icon dari kota Jakarta seperti ondel-ondel dan monas serta terdapat bentuk tumbuhan. Menerapkan prinsip desain hirarki visual, hal ini terlihat dari penempatan unsur bentuk ondel-ondel yang diletakkan di tengah <i>layout</i> dengan ukuran paling besar dibandingkan dengan unsur bentuk lainnya, hal ini membuat fokus utama audience akan langsung tertuju pada bentuk ondel-ondel tersebut dan membuat bentuk ondel-ondel menjadi <i>point of interest</i> atau pusat perhatian sehingga visual desain terlihat mencolok dan menarik perhatian audience. Berdasarkan prinsip irama terlihat dari adanya pola pengulangan bentuk tumbuhan dan monas yang mengelilingi bentuk ondel-ondel. Pemilihan warna pada desain tersebut menggunakan warna cerah yaitu biru, merah, dan kuning yang dikombinasikan secara pas dengan dominasi warna biru sehingga visual desain tersebut memberikan kesan ceria dan menyenangkan. Prinsip kesatuan pada desain terlihat pada penempatan elemen bentuk dan komposisi warna yang serasi dengan bagian tepi produk berwarna biru membuat desain terlihat menyatu dan nyaman dipandang.</p> |



#### Jenis produk: *T-shirt*

Analisis visual desain: Desain pada *T-shirt* dibuat menggunakan teknik *screen printing* dengan jenis desain ilustrasi berbasis vektor berupa kepala ondel-ondel dengan pengayaan desain *flat drawing*. Warna pada desain *T-shirt* menggunakan warna dasar hitam dengan desain utama persegi panjang yang berisi unsur bentuk kepala ondel-ondel yang dikombinasikan dengan tipografi bertuliskan “Jakarta”. Adapun pada elemen motifnya menggunakan teknik pengulangan motif atau repetisi, teknik ini merupakan teknik yang berguna agar motif pada kain tidak sampai terputus saat dicetak (Amalia & Bastaman, 2020). Berdasarkan prinsip keseimbangan, desain visual *T-shirt* tersebut menerapkan prinsip keseimbangan simetris, hal ini terlihat dari penempatan elemen bentuk kepala ondel-ondel dan tipografi yang disusun sejajar rata kanan dan kiri. Warna pada desain tersebut menggunakan kombinasi warna-warna cerah seperti biru muda, pink, dan merah sehingga. Pada desain terdapat tipografi dengan teks bertuliskan “Jakarta” dengan *font* yang bersifat santai dan mudah dibaca.



#### Jenis produk: Tempat Pensil

Analisis visual desain: Desain pada tempat pensil dibuat menggunakan teknik *digital printing* dengan jenis ilustrasi bitmap dan elemen desain berupa bentuk ondel-ondel dan monas, dengan tipografi berupa teks bertuliskan “Ondel-ondel Jakarta Indonesia”. Prinsip kesatuan pada visual desain tersebut terlihat dari penempatan elemen bentuk dan penempatan tipografi yang terletak diantara elemen bentuk ondel-ondel dan monas sehingga terlihat serasi dan menarik. Unsur elemen bentuk dan tipografi menggunakan warna cerah seperti merah, biru, kuning, ungu, dan hijau dengan latar berwarna putih sehingga terlihat kontras dan menarik perhatian.



#### Jenis produk: Dompot

Analisis visual desain: Desain pada dompet dibuat dengan menggunakan teknik bordir dengan desain bentuk organis dari bentuk ondel-ondel, monas, hewan, dan tumbuhan. Menerapkan prinsip keseimbangan, hal ini terlihat dari penempatan komposisi elemen bentuk sama rata pada sisi kanan dan kiri sehingga visual desain nyaman dipandang. Pada desain menggunakan komposisi warna yang menarik karena terdiri dari beragam warna-warna cerah dengan pewarnaan *blocking* sehingga warna



terlihat solid dan menarik dan memberikan kesan *playfull*. Warna dasar pada tempat pensil menggunakan warna hitam sehingga unsur bentuk terlihat kontras sehingga visual desain dapat menarik perhatian *audience*.

Jenis produk: *tote bag*

Analisis visual desain: Desain pada *tote bag* dibuat dengan menggunakan teknik *digital printing* dengan jenis ilustrasi vektor. Desain pada *tote bag* terdapat unsur elemen berupa bentuk tatanan Kota Jakarta, kereta, dan monas sebagai identitas dari Kota Jakarta. Kombinasi warna pada desain ini menggunakan warna-warna cerah membuat visual desain memberikan kesan ceria dan menyenangkan. Berdasarkan prinsip kesatuan terlihat dari penempatan gambar visual yang diletakkan saling berdekatan menjadi bentuk yang menyatu satu sama lain dengan proporsi ukuran bentuk yang berbeda antara bentuk bangunan, monas, dan kereta sehingga nyaman untuk dipandang. Terdapat tipografi yang diletakkan di bagian atas *tote bag* bertuliskan "Jakarta" dengan elemen *font* yang bersifat santai dan *playfull*.

Sumber: Produk merchandise Museum Fatahillah (2023)

### Analisa Kesimpulan

Berdasarkan paparan diatas, dari ketiga museum tersebut telah memiliki banyak variasi ragam jenis produk *merchandise* dengan pengayaan visualisasi desain yang memiliki kesan yang modern dan sesuai dengan identitas museumnya masing-masing. Dari ketiga tabel tersebut, prinsip visual desain yang digunakan pada produk *merchandise* kebanyakan menggunakan prinsip rupa kesatuan dan hirarki visual yang menjadi *point of interest* dalam upaya untuk menarik perhatian pengunjung museum. Sementara itu pada unsur desain yang paling banyak digunakan yaitu kombinasi unsur bentuk dan warna sehingga terlihat menarik secara visual dan terdapat unsur tipografi berupa teks bertuliskan nama museumnya masing-masing sebagai identitas dari museum. Adapun jenis produk yang banyak ditemukan didominasi dari jenis produk tekstil berupa *tote bag* atau tas jinjing.

### Simpulan

Dalam pembuatan produk *merchandise*, seorang desainer maupun pihak museum harus bisa melihat perkembangan tren desain dan terus berinovasi untuk membuat produk *merchandise* dengan visualisasi desain yang sesuai dengan identitas visual museum-nya masing-masing. Berdasarkan hal tersebut, maka dibutuhkan pengetahuan dan wawasan terhadap variasi jenis produk dan visual desain yang memperhatikan prinsip-prinsip dan unsur desain untuk diaplikasikan ke dalam produk *merchandise* khususnya untuk museum. Pembuatan *merchandise* tentu mempertimbangkan pengayaan desain dan prinsip desain seperti keseimbangan, hirarki visual, kesatuan, dan ritme serta unsur desain meliputi garis bentuk,

warna, tekstur, dan kontras nilai dalam upaya menciptakan produk *merchandise* dengan desain yang menarik secara visual. Pada kajian ini, menganalisis visual desain pada produk *merchandise* yang sudah dimiliki oleh beberapa museum di Jakarta dan menghasilkan pengetahuan berupa prinsip desain yang banyak digunakan yaitu kesatuan dan hirarki visual serta unsur desain yaitu bentuk, warna, dan tipografi.

Dengan adanya kajian ini diharapkan dapat memberikan referensi mengenai prinsip, unsur, dan pengayaan visualisasi desain yang banyak digunakan pada produk *merchandise* museum. Serta sebagai upaya memberikan rekomendasi kepada para desainer maupun pihak museum untuk menciptakan produk *merchandise* yang serupa dengan karakteristik museumnya masing-masing sehingga dapat menarik perhatian pengunjung sekaligus menjadi media promosi museum. Pada kajian ini juga terdapat peluang untuk pengembangan desain lanjutan bagi para desainer grafis maupun pihak museum untuk membuat inovasi baru pada desain produk *merchandise* yang sudah dimiliki sebelumnya pada Museum Macan, Museum Bank Indonesia, dan Museum Fatahillah. Untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal observasi secara langsung pada museum MACAN harus dilakukan untuk melakukan penelitian lanjutan agar dapat merasakan tekstur produk dan melihat secara langsung detail dan pengayaan visual pada produk *merchandise* Museum MACAN.

## Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini didedikasikan kepada Bagian Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Telkom yang telah memberikan kesempatan dan peluang penelitian dalam hibah internal melalui Skema Penelitian Kerja Sama Industri Periode 1 tahun 2023 bersama dengan Yayasan Museum Sumedang Larang.

## Daftar Referensi

- Agustina, L., & Prajono. (2017). Pengaruh suasana toko dan keanekaragaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen toserba Maya di kec. Randublatung kab. Blora. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 39–43.
- Amalia, R., & Bastaman, W. N. U. (2020). Perancangan motif untuk diaplikasikan pada aksesoris fashion sebagai merchandise untuk yayasan Mataharikecil. *Fashion Design*, 7(2), 3803.
- Anggraeni, J., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh keanekaragaman produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap dap impulse buying di butik Cassanova Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 20.
- Hartoko, A. (2011). *Desain merchandise pilihan*. PT Elex Media Komputindo.
- Hasanudin, D., & Adityawan, O. (2020). Perkembangan flat design dalam web design dan User Interface (UI). *Pantun Jurnal Ilmiah Seni Budaya*, 5(2), 134–144.
- Junaid, I. (2017). Museum dalam perspektif pariwisata dan pendidikan. *Sosialisasi Museum, 20 November 2017 Museum La Galigo Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan, November*, 1–15.
- KBBI. (2012). *Museum*.
- Kemendikbud. (2023). *Jumlah Museum Per-Provinsi*.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (sixteenth). Harlow: Pearson Education, 2016.
- Luhur, F. E. (2018). *Perancangan identitas visual dan merchandise museum store "Geo Museum Store"*. (Thesis Magister, Institut Teknologi Bandung).
- Nugraha, R. N., & Rosa, P. D. (2022). Pengelolaan museum Bahari sebagai daya tarik wisata edukasi di Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6477–6486.
- Schlüter, R. G. (2002). The role of t-shirts in the creation of tourist destination images. *Studies and Perspectives in Tourism*, 11, 5–19.
- Istiqomah. (2010). *Perilaku konsumsi wisatawan domestik dalam wisata budaya di kota Solo*. (Skripsi Sarjana, Universitas Sebelas Maret).
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi desain grafis untuk periklanan dilengkapi sampel iklan terbaik kelas dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjahjopurnomo, R. (2011). Sejarah permuseuman di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Wulandari, D. A., & Febriani, R. (2019). Perancangan produk tekstil merchandise untuk komunitas into the light menggunakan teknik rekalar. *Agustus*, 6(2), 2311–2315.
- Yulianto, K., Susantio, D., Arainikasih, A. A., Sulistyowati, D. (2013). *Museum Tematik Di Indonesia* (S. Wasono (ed.)). Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman Direktorat Jenderal Kebudayaan.