

## ABSTRAK

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM SENI RUPA DAN KERAMIK

Pertanggung Jawaban Tertulis  
Program Studi Desain dan Seni Kreatif Jurusan Desain Komunikasi Visual  
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2017

Oleh: **Darusalam**

Dalam era globalisasi penggunaan identitas visual menjadi sangat penting terhadap suatu entitas. Identitas visual tidak hanya dipakai pada sebuah perusahaan untuk menguatkan image, tetapi juga telah digunakan untuk pada suatu kawasan tertentu, salah satunya pada cagar budaya seperti museum.

Museum Seni Rupa dan Keramik sebenarnya sudah memiliki identitas visual, namun dalam penerapannya belum maksimal dan tidak memiliki konsistensi. Perancangan ulang identitas visual Museum Seni Rupa dan Keramik dilakukan agar Museum Seni Rupa dan Keramik mempunyai citra ditengah masyarakat, serta mewujudkan visi dan misi museum sebagai cagar budaya dan seni yang modern dan bertaraf internasional.

Dalam perancangan ulang identitas Museum Seni Rupa dan Keramik tidak semudah yang dibayangkan, banyak proses yang harus dilalui seperti riset dan analisa, *brainstorming*, sketsa logo, pemilihan sketsa logo dengan pihak perusahaan, proses *digital*, produksi, dan pasca produksi. Setelah melakukan proses yang panjang ditemukan sebuah kesimpulan bahwa identitas visual yang di buat sudah cukup memberikan kesan brand awerness kepada khalayak. Selain itu identitas visual ini pun sudah mewakili apa yang menjadi tujuan dari Museum Seni Rupa dan Keramik.

Kata Kunci : Identitas visual, logo, citra, perancangan ulang, merek

## ABSTRACT

### REDESIGNING MUSEUM SENI RUPA DAN KERAMIK VISUAL IDENTITY

Written Project Report

Study Programs Design and Creative Arts Department of Visual Communication Design  
Mercu Buana University Jakarta, 2017

By: **Darusalam**

*In this globalization era using visual branding is very important to entity. Visual Branding is not only used by a company for reinforce image, but also already used to certain neighborhood.*

*Museum of Fine Arts and Ceramics is already have visual identity actually, but the application to museum is not maximum and not consistent. The reason visual identity redesign of the Museum of Fine Arts and Ceramics that is for the Museum of Fine Arts and Ceramics have an image in the middle of society, as well as realizing the vision and mission of the museum as a cultural and art heritage of modern and go to international.*

*In the design of visual identity Museum Seni Rupa dan Keramik is not as easy as imagined, many processes must be passed such as research and analysis, brainstorming, logo sketch, logo selection with company, digital process, production and post production. After a long process found a conclusion that the visual identity created is enough to give the impression brand awareness to the audience. In addition, this visual identity has already represented what the purpose of the Museum. According to the company's own visual identity museum is good enough, good and represent what the company's purpose. productivity to be more professional and enthusiastic in work.*

Keywords: Visual identity, logo, image, redesign, brand