

# **REDESAIN IDENTITAS VISUAL DUNIA SERANGGA**

## **TULISAN ILMIAH PENCIPTAAN**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S-1  
Program Studi Desain Komunikasi Visual**



**Oleh  
Subhan  
3200250132**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT KESENIAN JAKARTA  
2025**






**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT KESENIAN JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN TULISAN ILMIAH**

Nama : Subhan  
No. Mahasiswa : 3200250132  
Fakultas : Seni Rupa dan Desain  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual/ Peminatan Desain Grafis  
Judul Tugas Akhir : Redesain Identitas Visual Dunia Serangga

Tulisan ilmiah ini telah diperbaiki dan diperiksa kembali untuk diserahkan ke  
Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Kesenian Jakarta.

**PEMERIKSA**

<b>PEMBIMBING</b>		<b>KOORDINATOR TUGAS AKHIR</b>	
Adityayoga, M.Sn.		Dr. Bambang Tri Rahadian, M.Sn.	
Yan Mursid, S.Sn.			

Jakarta, 3 Februari 2025

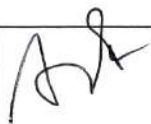
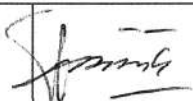




**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT KESENIAN JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN SIDANG**

Nama : Subhan  
No. Mahasiswa : 3200250132  
Fakultas : Seni Rupa dan Desain  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual/ Peminatan Desain Grafis  
Judul Tugas Akhir : Redesain Identitas Visual Dunia Serangga

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan pada saat Sidang Ujian Akhir  
program Sarjana di hadapan para penguji pada **Senin, 3 Februari 2025** dan  
dinyatakan **LULUS**.

PEMBIMBING		PENGUJI	
Adityayoga, M.Sn.		Siti Turmini Kusniah, M.Sn.	
Yan Mursid, S.Sn.		Afif Chandra Kusuma, S.Sn.	
	KETUA SIDANG		
	Dr. Bambang Tri Rahadian, M.Sn.		

Jakarta, 3 Februari 2025

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Ilmiah Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, sumber baik yang dikutip serta dirujuk telah saya nyatakan dengan benar, serta belum pernah diproduksi dan dipublikasikan. Jika di kemudian hari saya terbukti melakukan pelanggaran (plagiat), maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Subhan

NIM : 3200250132

Judul Tugas Akhir : Redesain Identitas Visual Dunia Serangga

Tanda Tangan :

Tanda tangan di atas

materai Rp. 10.000



Tanggal : Senin, 3 Februari 2025

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur ke hadirat Allah Yang Maha Esa atas berkah dan rahmat yang telah diberikan selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul Perancangan Aplikasi “Redesain Identitas Visual Duia Serangga”.

Penulis telah berupaya sebaik mungkin untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Namun, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, segala masukan dan kritikan yang berhubungan dengan pembahasan dalam Tugas Akhir ini akan diterima dengan senang hati oleh penulis dan berharap agar Tugas Akhir ini dapat berguna bagi orang-orang yang membutuhkan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, arahan, dan kritik maupun saran yang berarti dalam penyusunan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Kepada kedua Orang Tua dan Kakak-kakak saya yang selalu memberikan dukungan dan pengertiannya dalam penyelesaian Tugas Akhir.
2. Kepada Bapak Adityayoga, M.Sn. dan Bapak Yan Mursid, S.Sn. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir saya.
3. Kepada teman-teman seperjuangan Mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang telah membantu memberikan dukungan dan saran kepada penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini dan saling mendukung satu sama lain.

Karya Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dalam segi teknis maupun materi, penulis ucapkan mohon maaf. Penulis berharap Karya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 3 Februari 2025

Subhan

## **ABSTRAK**

**Judul** : Redesain Identitas Visual Dunia Serangga  
**Nama** : Subhan  
**Program Studi, Peminatan** : Desain Komunikasi Visual, Peminatan Desain Grafis  
**Tahun, halaman** : 2025, 142 halaman

Museum Serangga terletak dikawasan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) diresmikan pada tanggal 20 April 1993 dengan tujuan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang kekayaan alam dan warisan Indonesia dengan memperkenalkan koleksi serangga dari berbagai wilayah di Indonesia. Pada tahun 2009 Museum Serangga berubah identitas nama menjadi Dunia Serangga dan bergabung dengan Dunia Air Tawar karena beberapa alasan. Namun walaupun terjadi perubahan tersebut, penggunaan identitas logo masih menggunakan logo yang lama. Dan identitas yang lama tersebut juga masih tertera dalam website resmi TMII. Sekarang dengan pengelola baru sebagai brand utama yaitu Jagat Satwa Nusantara (JSN), Dunia Air Tawar dan Serangga memiliki identitas logo unit yang baru. Namun, logo tersebut belum mencerminkan aspek Dunia Serangga. Koleksi dari Dunia Serangga sendiri, diperkirakan sekitar 16% jumlah jenis serangga di dunia ada di Indonesia. Faktanya banyak sekali potensi unggul yang dimiliki oleh museum ini yang dapat menjadikan Dunia Serangga menjadi unit mandiri dari JSN. Namun kebanyakan masyarakat sendiri tidak mengetahui terjadi perubahan nama dari museum tersebut menjadi Dunia Serangga. Dan Ketidak sesuaian antara identitas dan pesan yang ingin disampaikan dapat menyebabkan kebingungan di kalangan pengunjung, ditambah kurangnya efektifitas logo yang membuat semakin sulit Museum ini dikenali. Dari permasalahan tersebut tersebut tujuan dari perancangan redesain identitas visual Dunia Serangga yaitu, untuk membuat tampilan visual yang kuat sebagai unit mandiri dalam Jagat Satwa Nusantara yang mampu memperlihatkan karakteristik Dunia Serangga dan adanya sistem dasar pengaplikasian visual identitas tersebut.

**Kata kunci:**

Redesain, Visual, Identitas, Museum Dunia Serangga, brand.

## **ABSTRACT**

**Title** : *Redesign Visual Identity Dunia Serangga*  
**Name** : Subhan  
**Programme, Specialization** : Desain Komunikasi Visual, Peminatan Desain  
Grafis  
**Year, pages** : 2025, 142 pages

*The Insect Museum, located in the Taman Mini Indonesia Indah (TMII) area, was inaugurated on April 20 1993 with the aim of providing education to the public about Indonesia's natural riches and heritage by introducing insect collections from various regions in Indonesia. In 2009 the Insect Museum changed its name to Insect World and merged with Freshwater World for several reasons. However, even though these changes have occurred, the use of the logo identity still uses the old logo. And the old identity is still listed on the official TMII website. Now with a new management as the main brand, namely Jagat Satwa Nusantara (JSN), Dunia Air Tawar and Insects has a new unit logo identity. However, the logo does not yet reflect the World of Insects aspect. Collections from the World of Insects itself, it is estimated that around 16% of the number of insect types in the world are in Indonesia. In fact, this museum has a lot of superior potential which can make Insect World an independent unit of JSN. However, most people do not know that the name of the museum has changed to Insect World. And a mismatch between the identity and the message to be conveyed can cause confusion among visitors, plus the lack of effectiveness of the logo makes it increasingly difficult for this museum to be recognized. Based on these problems, the aim of redesigning the visual identity of the World of Insects is to create a strong visual appearance as an independent unit in the Archipelago Animal World which is able to show the characteristics of the World of Insects and the existence of a basic system for applying this visual identity.*

**Keywords:**

*Redesign, Visual, Identity, World of Insects Museum, brand.*

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan Tulisan Ilmiah	ii
Lembar Pengesahan Sidang	iii
Lembar Pernyataan Orisinalitas	iv
Ucapan Terima Kasih	v
Abstrak	vii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penciptaan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	7
1.5.1 Masalah	7
1.5.2 Segmentasi	7
1.5.3 Media	8
1.6 Metode Pengumpulan Data	8
1.6.1 Observasi	8
1.6.2 Studi Literatur	9
1.6.3 Dokumentasi	9
1.6.4 Wawancara	9
1.7 Kerangka Penciptaan	10
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Umum	11
2.1.1 Desain Grafis	11
2.1.2 Desain Komunikasi Visual	12



2.1.3 Hubungan Desain Grafis dan Desain Komunikasi Visual	12
2.1.4 Fungsi Desain Komunikasi Visual	13
2.1.5 Elemen-Elemen Desain	14
2.1.6 Prinsip Desain	17
2.1.7 Tipografi	20
2.1.8 Ilustrasi	21
2.1.9 Brand	21
2.1.10 Brand Unit	22
2.1.11 Brand Identitas dan Visual Branding	22
2.1.12 Brand Architectur	23
2.1.13 Redesain	23
2.1.14 Logo	24
2.1.15 Environmental Graphic Design	26
2.1.16 Desain Informasi	29
2.1.17 Ergonomi Visual pada Jarak Pandang	32
2.1.18 UI dan UX dalam Environmental Graphic Design	33
2.1.19 Museum	34
2.1.20 Peran DKV dalam Museum	35
2.2 Tinjauan Khusus	36
2.2.2 Observasi	36
2.2.1 Hasil kuisioner	59
2.2.3 Referensi	62
<b>BAB III: GAGASAN KONSEPTUAL DAN VISUALISASI</b>	<b>64</b>
3.1 Gagasan Umum	64
3.2 Gagasan Khusus	64
3.3 Visualisasi	65
3.4 Identitas Visual Dunia Serangga	65
3.5 Struktur Pembentukan Logo	69
3.6 konfigurasi logo	69
3.7 Graphic Standard Manual (GSM)	70
3.8 Media Promosi	70
3.9 Environmental Graphic Design	71

3.11 Preview	83
3.10 Merchandise	84
<b>BAB IV: PROSES PENCIPTAAN</b>	<b>85</b>
4.1 Riset dan Observasi	85
4.2 Wawancara	85
4.3 Dokumentasi	85
4.4 Mapping dan Brainstroming	86
4.5 Moodboard	87
4.6 Sketsa Logo	87
4.7 Pengembangan Alternatif Logo	89
4.8 Pengembangan Alternatif Logo digital	90
4.9 Final Logo	91
4.10 Warna	91
4.11 Pengaplikasian Logo	92
4.11.1 GSM	92
4.11.2 Poster	92
4.11.3 Merch	93
4.11.4 Environmental Graphic Design	94
<b>BAB V: PENUTUP</b>	<b>101</b>
5.1 Evaluasi	101
5.2 Saran	101
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	 <b>103</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>105</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **Lampiran I**

A. Pertanyan wawancara ahli Dunia Serangga	105
B. Pertanyan wawancara ahli JSN	110

### **Lampiran II**

A. kuisisioner	112
----------------	-----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo dan cara pengaplikasiannya	3
Gambar 2.1 Titik	14
Gambar 2.2 Garis	15
Gambar 2.3 Bidang	15
Gambar 2.4 Tekstur	16
Gambar 2.5 Ruang	16
Gambar 2.6 Warna	17
Gambar 2.7 Kesatuan	18
Gambar 2.8 Keseimbangan	18
Gambar 2.9 Ritme	19
Gambar 2.10 Penekanan	19
Gambar 2.11 Proporsi	20
Gambar 2.12 Anatomy of typography	20
Gambar 2.13 Freestanding or ground-mounted	28
Gambar 2.14 Suspended or ceiling-hung	28
Gambar 2.15 Rejecting or flag-mounted	28
Gambar 2.16 Flush or flat wall-mounted	28
Gambar 2.17 Proporsi font dan sample	31
Gambar 2.18 Accessible type	32
Gambar 2.19 Letter Visibility Chart	33
Gambar 2.20 Sudut Pandang Manusia	33
Gambar 2.21 Logo JSN dan unitnya	37
Gambar 2.22 Visual JSN	37
Gambar 2.23 Visual sign JSN	38
Gambar 2.24 Visual pattern JSN	38
Gambar 2.25 Peta TMII	40
Gambar 2.26 Logo Dunia Serangga	42
Gambar 2.27 Logo yang berbeda-beda dari Dunia Serangga	44

Gambar 2.28 Logo logogram, emblem, wordmark	44
Gambar 2.29 Logo Dunia Serangga dengan ukuran berbeda	45
Gambar 2.30 Analisis Logo Dunia Serangga berdasarkan prinsip desain	46
Gambar 2.31 Logo Dunia Serangga	47
Gambar 2.32 Logo Dunia Air Tawar dan Serangga Jagat Satwa Nusantara	48
Gambar 2.33 Gambar depan museum	49
Gambar 2.34 Signage belalang sembah	49
Gambar 2.35 Patung kumbang	50
Gambar 2.36 Logo besar di dinding museum dan diorama	50
Gambar 2.37 Peta denah museum dunia serangga	51
Gambar 2.38 Diorama koleksi museum	52
Gambar 2.39 Taman kupu	52
Gambar 2.40 Signage keluar	53
Gambar 2.41 Tempat penangkaran kupu-kupu	53
Gambar 2.42 Signage	54
Gambar 2.43 Denah dunia serangga	54
Gambar 2.44 Referensi visual	62
Gambar 3.1 Final Logo Dunia Serangga	66
Gambar 3.2 Ukuran Logo Dunia Serangga	67
Gambar 3.3 Kumbang tanduk, arthropoda, dan larva	67
Gambar 3.4 Font	68
Gambar 3.5 Color palette	68
Gambar 3.6 Safe zone, grid, konstruksi logo	69
Gambar 3.7 Konfigurasi logo	69
Gambar 3.8 GSM Dunia Serangga	70
Gambar 3.9 Final poster Dunia Serangga	71
Gambar 3.10 Elemen environmental graphic design Dunia Serangga	72
Gambar 3.11 Sign ruangan 8x 50cm	75
Gambar 3.12 Sign ruangan 20x15cm	75
Gambar 3.13 Sign papan nama & arah tiket	76
Gambar 3.14 Arah kunjungan	76
Gambar 3.15 Denah	77

Gambar 3.16 Wayfinding	77
Gambar 3.17 Label koleksi 9x58 cm	78
Gambar 3.18 Label koleksi 85 x14 cm	79
Gambar 3.19 Label koleksi 130 x35 cm	79
Gambar 3.20 Label koleksi 180 x65cm	80
Gambar 3.21 Sign 30 x20 cm	80
Gambar 3.22 Sign 30 x100 cm	81
Gambar 3.23 Sign 30 x20 cm	81
Gambar 3.24 Label koleksi 30 x10cm	82
Gambar 3.25 Preview	83
Gambar 3.26 Merchandise	84
Gambar 4.1 Sketsa 200	87
Gambar 4.2 Pengembangan sketsa	89
Gambar 4.3 Pengembangan digitalisasi	90
Gambar 4.4 Final logo Dunia Serangga Jagat Satwa Nusantara	91
Gambar 4.5 Color palette	91
Gambar 4.6 Proses pengerjaan GSM	92
Gambar 4.7 Final GSM	92
Gambar 4.8 Proses pengerjaan poster	93
Gambar 4.9 Final poster	93
Gambar 4.10 Merchandise	94
Gambar 4.11 Analisis alur sirkulasi Dunia Serangga	95
Gambar 4.12 Sign Jagat Satwa Nusantara	96
Gambar 4.13 Elemen environmental graphic design dunia serangga	96
Gambar 4.14 Proses kerja digitalisasi	97
Gambar 4.15 Proses kerja digitalisasi	97
Gambar 4.16 Proses kerja digitalisasi	98
Gambar 4.17 Proses kerja digitalisasi	98
Gambar 4.18 Papan nama dan tiket	99
Gambar 4.19 Wayfinding	99
Gambar 4.20 Sign dan label koleksi	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sign di Dunia Serangga	55
Tabel 3.1 Klasifikasi Sign	72

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.1 Kerangka Penciptaan	10
Bagan 2.1 Mindmapp	63
Bagan 4.1 Mindmapp	86



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat (PP No. 66 tahun 2015). Menurut museolog Universitas Indonesia, Kresna (travel.kompas.com 2012) citra museum yang selama ini hanya dipandang sebagai tempat menyimpan barang-barang kuno perlu diubah agar kian menarik. Menurut Kresno, Seiring dengan berbagai langkah untuk menarik kunjungan masyarakat ke museum, pihak museum juga harus siap dikunjungi. Pihak museum perlu mempertimbangkan banyak aspek yang perlu disiapkan salah satunya adalah pencitraan. Untuk menciptakan citra museum yang lebih menarik dan siap menerima pengunjung, diperlukan strategi pencitraan yang tepat. Pencitraan yang tepat tidak hanya membuat museum lebih siap menerima pengunjung, tetapi juga perlu didukung oleh strategi promosi yang efektif. Promosi dari *branding* yang baik adalah langkah dalam membangun citra di benak audience yang membantu memasarkan sebuah museum.

Dalam buku berjudul “*Designing Brand Identity*” karya Alina Wheeler *branding* adalah proses strategis untuk membangun kesadaran dan loyalitas pelanggan dengan menciptakan pengalaman yang konsisten dan bernilai, serta membentuk persepsi positif di benak audiens. Salah satu aspek yang terkandung dalam *branding* adalah identitas visual. Identitas visual adalah elemen-elemen visual seperti logo, tipografi, warna, dan elemen visual lainnya yang digunakan untuk mengomunikasikan identitas dan citra sebuah brand seperti museum. Suatu hal krusial bagi museum untuk memiliki identitas visual yang tepat, untuk menunjukkan potensi dan ciri khas dari museum tersebut.

*Brand* yang sukses adalah *brand* dapat mengkomunikasikan esensi dalam organisasinya. Contoh ini menunjukkan hanya sedikit museum yang berhasil menciptakan identitas *brand*. Mereka telah menemukan cara untuk

menonjolkan keunggulan brand dengan *brand* lain, baik melalui logo dan desain baru atau kampanye promosi yang cerdas. Mereka memperjelas identitas dan apa yang mereka perlukan. Identitas *brand* yang tepat membantu berkomunikasi dengan audiensnya. (museumnext.com. 2024)

Dunia Serangga terletak di kawasan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) didirikan pada tanggal 20 April 1993 dan diresmikan oleh Presiden Soeharto. Bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang kekayaan alam dan warisan Indonesia dengan memperkenalkan koleksi serangga dari berbagai wilayah di Indonesia. Pada tahun 1998 atas prakarsa Bapak Soedjarwo dari yayasan Sarana Wana Jaya, Dunia Serangga menambah fasilitas baru berupa Taman kupu beserta kebun pakan, kandang penangkaran dan pelestarian kupu-kupu yang dilindungi dan langka. Seluruh koleksi yang ada di Dunia Serangga ini berasal dari kepulauan Indonesia.

Dunia Serangga sebelumnya bernama Museum Serangga dan Taman Kupu, tetapi sejak tahun 2009, nama tersebut resmi diganti. Meski begitu, identitas visualnya masih menggunakan elemen dari nama lama, termasuk logo dengan gambar kumbang dan kupu-kupu serta logotype bertuliskan 'Museum Serangga dan Taman Kupu' dan 'Taman Mini Indonesia Indah'. Bahkan hingga saat ini, nama lama tersebut masih tercantum di situs resmi TMII, yang dapat menimbulkan kebingungan bagi pengunjung. Pergantian nama ini didasarkan pada harapan keinginan bahwa tempat ini menjadi pusat informasi tentang serangga yang ada di Indonesia dan pandangan masyarakat terhadap tempat museum masih kurang baik. Pada saat itu juga Dunia Serangga bergabung dengan Dunia Air Tawar menjadi Dunia Air Tawar dan Serangga. Penggabungan tersebut dilandasi beberapa alasan, salah satunya adalah karena pada saat itu minat pengunjung yang di Dunia Serangga masih sedikit. Hasil dari penjualan tiket tidak bisa mencukupi untuk biaya operasional dan perawatan. Penggunaan identitas visual yang tidak tepat dapat mengurangi daya tarik serta relevansi Dunia Serangga bagi masyarakat. Ketidaksesuaian antara identitas dan pesan yang ingin disampaikan juga berpotensi

membingungkan pengunjung, membuat Dunia Serangga ini sulit dikenali dan diingat. Akibatnya, minat serta loyalitas pengunjung terhadap Dunia Serangga dapat melemah.

Saat ini Dunia Serangga adalah unit dari oleh Jagat Satwa Nusantara (JSN). Jagat Satwa Nusantara adalah penamaan dan pembaruan konsep lembaga konservasi yang telah berdiri di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta Timur, sejak tahun 1970. Sebuah taman zoologi unik yang terdiri dari tiga unit utama, masing-masing mewakili tiga kelas besar dalam dunia hewan. Ketiga unit tersebut meliputi Dunia Air Tawar yang menampilkan spesies dari kelas Pisces, Museum Komodo & Taman Reptil yang menjadi perwakilan herpetofauna, dan Taman Burung yang merepresentasikan kelas Avifauna. Dunia Serangga sendiri disini masih tergabung di Dunia Air Tawar. JSN membuat logo unit baru dari Dunia Air Tawar dan Serangga tetapi belum mencerminkan aspek Dunia Serangga. Terlihat dari visual identitasnya JSN dan semua unit memiliki sistem visual identitasnya.

Dunia Serangga memiliki koleksi yang beragam, dengan sekitar 16% dari total jenis serangga di dunia dapat ditemukan di Indonesia. Museum ini menampilkan lebih dari 600 jenis serangga, termasuk 250 jenis kupu-kupu, 200 jenis kumbang, dan 150 jenis lainnya dalam berbagai diorama. Sebagai satu-satunya museum serangga di Jakarta, Dunia Serangga memiliki potensi besar sebagai pusat edukasi yang menarik. Namun, meskipun ketertarikan masyarakat terhadap Dunia Serangga cukup tinggi (berdasarkan data kuesioner penulis), museum ini masih kurang dikenal luas. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara potensi museum dan tingkat visibilitasnya di masyarakat.



*Gambar 1.1 logo dan cara pengaplikasiannya*

Sebagai bagian dari Jagat Satwa Nusantara, Dunia Serangga memiliki potensi besar untuk menjadi pusat edukasi dan konservasi serangga yang menarik. Namun, untuk mencapai hal tersebut, identitas visual yang digunakan harus mampu merepresentasikan visi dan misi museum dengan jelas serta menarik perhatian target audiensnya. Saat ini, identitas visual Dunia Serangga masih menghadapi beberapa tantangan yang perlu diatasi agar lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan meningkatkan daya tarik museum. Dalam pengaplikasian identitas visual tersebut, Dunia Serangga masih belum mengoptimalkan cara penyampaian komunikasi dan pengaplikasiannya dalam media. Beberapa faktor yang memicu kebutuhan untuk merancang ulang identitas visual Dunia Serangga:

1. Dunia Serangga memiliki potensi besar untuk berdiri sebagai sub-unit independen dalam Jagat Satwa Nusantara, dengan fokus pada keanekaragaman serangga dan peran pentingnya dalam ekosistem darat. Berbeda dari Dunia Air Tawar yang menampilkan kehidupan hewan *pisces class*, Dunia Serangga telah memiliki narasi yang lebih spesifik dan mendalam untuk mengedukasi pengunjung tentang habitat dan kontribusi unik serangga. Redesain identitas visual Dunia Serangga akan membantu menguatkan citranya sebagai pusat edukasi yang mandiri dan menarik, sekaligus memberikan perbedaan secara jelas dari Dunia Air Tawar, memberikan pengalaman yang lebih fokus dan relevan bagi pengunjung.
2. Meskipun Dunia Serangga telah mengadopsi nama dan konsep baru yang lebih modern serta edukatif, identitas visualnya masih menggunakan logo lama yang tidak lagi mencerminkan misi dan target audiensnya saat ini. Hal ini menciptakan kesenjangan antara citra yang ingin disampaikan dan persepsi pengunjung, sehingga diperlukan redesain logo yang selaras dengan konsep konservasi, pendidikan, dan wisata yang diusung museum.
3. Analisis tingkat efektivitas logo yang kurang. Keterbacaan logo yang digunakan sekarang yang rendah (analisis logo pada bab

- 2). Teks “Museum Serangga & Taman Kupu” dan “Taman Mini Indonesia Indah” yang melingkar di tepi luar tidak terlihat jelas jika dilihat dalam ukuran kecil, *Outline* hitam serangga pada logo terlihat terlalu detail dan kompleks, sulit dikenali pada ukuran kecil. Siluet yang lebih sederhana akan meningkatkan keterbacaan. Logo yang efektif harus tetap terbaca dalam berbagai ukuran.
4. Tidak ada sistem dasar pengaplikasian visual terhadap media, komposisi *layout* terlihat tidak seimbang membuat elemen visual terasa tidak harmonis. Logo terlihat hanya ditempel di sudut tanpa penyesuaian ukuran dan penempatan yang tepat. Pesan yang tidak terfokus.
  5. Dunia Serangga sendiri yang tergabung dengan unit Dunia Air Tawar menjadi Dunia Air Tawar dan Serangga terlihat memiliki logo yang telah menerapkan sesuai dengan sistem visual dari JSN tetapi logo tersebut tidak mencerminkan aspek Dunia Serangga.
  6. Identitas visual Dunia Serangga kurang selaras dengan Jagat Satwa Nusantara sebagai hubungan *brand* utama dan unit, sehingga tidak mencerminkan keterkaitan yang kuat antara keduanya. Ketidakselarasan ini dapat membingungkan pengunjung dan mengurangi daya tarik keseluruhan Jagat Satwa Nusantara sebagai jaringan wisata edukasi yang harmonis. Redesain identitas visual yang harmonis dengan brand utama akan membantu memperkuat citra Dunia Serangga sebagai bagian integral dari Jagat Satwa Nusantara, sambil tetap mempertahankan karakteristiknya yang unik.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, perancangan ulang visual identitas Dunia Serangga bertujuan untuk menciptakan tampilan visual yang lebih sesuai dengan identitasnya saat ini. Redesain ini juga diharapkan dapat memperkuat citra Dunia Serangga sebagai bagian dari Jagat Satwa Nusantara dengan karakteristik yang lebih menonjol dan

sistem identitas visual yang lebih terstruktur.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana membuat perancangan redesain identitas visual yang tepat, mudah dikenali, dan mandiri sebagai unit Jagat Satwa Nusantara.

## **1.3 Tujuan**

1. Menghasilkan identitas visual baru dari pengembangan identitas visual lama yang kuat dan mandiri sebagai unit dalam Jagat Satwa Nusantara yang mampu memperlihatkan karakteristik Dunia Serangga.
2. Menghasilkan identitas visual Dunia Serangga yang menarik bagi audiens terhadap Dunia Serangga.
3. Mengembangkan sistem dasar penerapan visual identitas untuk memastikan kemudahan dan konsisten dalam mengimplementasikan identitas visual ke berbagai media yang diperlukan dalam strategi promosi Dunia Serangga.
4. Menciptakan kelarasan Dunia Serangga dengan *brand* utama pengelola Dunia Serangga yaitu Jagat Satwa Nusantara.

## **1.4 Manfaat**

1. Bagi Masyarakat  
Meningkatkan ketertarikan dan pengetahuan masyarakat untuk Dunia Serangga.
2. Bagi Dunia Serangga  
Memberikan visual *brand* identitas yang tepat yang menunjukkan citra Dunia Serangga kepada target audiensnya.
3. Bagi Akademisi  
Penciptaan ini sebagai media edukasi dan wawasan lebih bagi identitas visual, menjadikannya contoh dalam perancangan ulang

identitas visual museum lainnya.

## **1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah**

### **1.5.1 Masalah**

Masalah yang dibahas dibatasi dengan pemahaman tentang identitas visual yang tepat untuk kebutuhan media visual, EGD, promosi dan publikasi yang dibutuhkan.

### **1.5.2 Segmentasi**

#### **a. Geografis**

Pengunjung TMII dan masyarakat jabodetabek

#### **b. Demografi**

##### **1) Khusus**

- Usia: 6 - 15 tahun
- Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
- Status Sosial: Pelajar
- Sosial Ekonomi: Kalangan masyarakat menengah ke atas (B - A)

##### **2) Umum**

- Usia : 16 sampai 30
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Status Sosial : pelajar- keluarga

#### **c. Psikografis**

- pelajar yang tertarik pada serangga.
- pelajar yang tertarik dengan berwisata
- pelajar yang ingin menambah wawasan tentang serangga
- pelajar yang ingin menghabiskan waktu berlibur dengan

edukasi.

### **1.5.3 Media**

#### **a. Media Utama**

- Logo
- *Graphic Standard Manual (GSM)*
- *Environmental graphic design*

#### **b. Media pendukung**

Berupa publikasi promosi dalam ranah ruang museum dan luar ruangan museum serta informasi online, seperti:

- *Merchandise gimmick*
- Poster/e-poster

## **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan masalah yang dirumuskan maka, penelitian ini akan menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Metode ini diterapkan dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara, studi literatur, sampai dengan observasi. Dari hasil pengumpulan data tersebut akan dilakukan analisis untuk membantu memperkuat perancangan redesain identitas visual Dunia Serangga. Dengan metodologi ini diharapkan tujuan dari penelitian ini dapat tercapai.

### **1.6.1 Observasi**

Dilakukan langsung dengan mengunjungi Dunia Serangga beberapa museum lainnya untuk mendalami permasalahan yang perlu diatasi. Observasi dilakukan untuk mempermudah penulis dalam mengumpulkan data dan pengolahan data yang sesuai dengan realitas museum guna penelitian ini.



### **1.6.2 Studi Literatur**

Studi literatur akan menggunakan referensi teori yang sesuai dengan topik perancangan. Studi literatur ini bertujuan untuk membantu penulis melakukan pengumpulan dan pengolahan data yang dapat mempermudah penulis dalam perancangan. Referensi tersebut berisikan tentang:

- Pengembangan identitas visual yang efektif
- Strategi promosi museum
- Strategi pengembangan identitas visual

Referensi ini didapatkan dari buku, jurnal, artikel laporan penelitian dan situs-situs di internet.

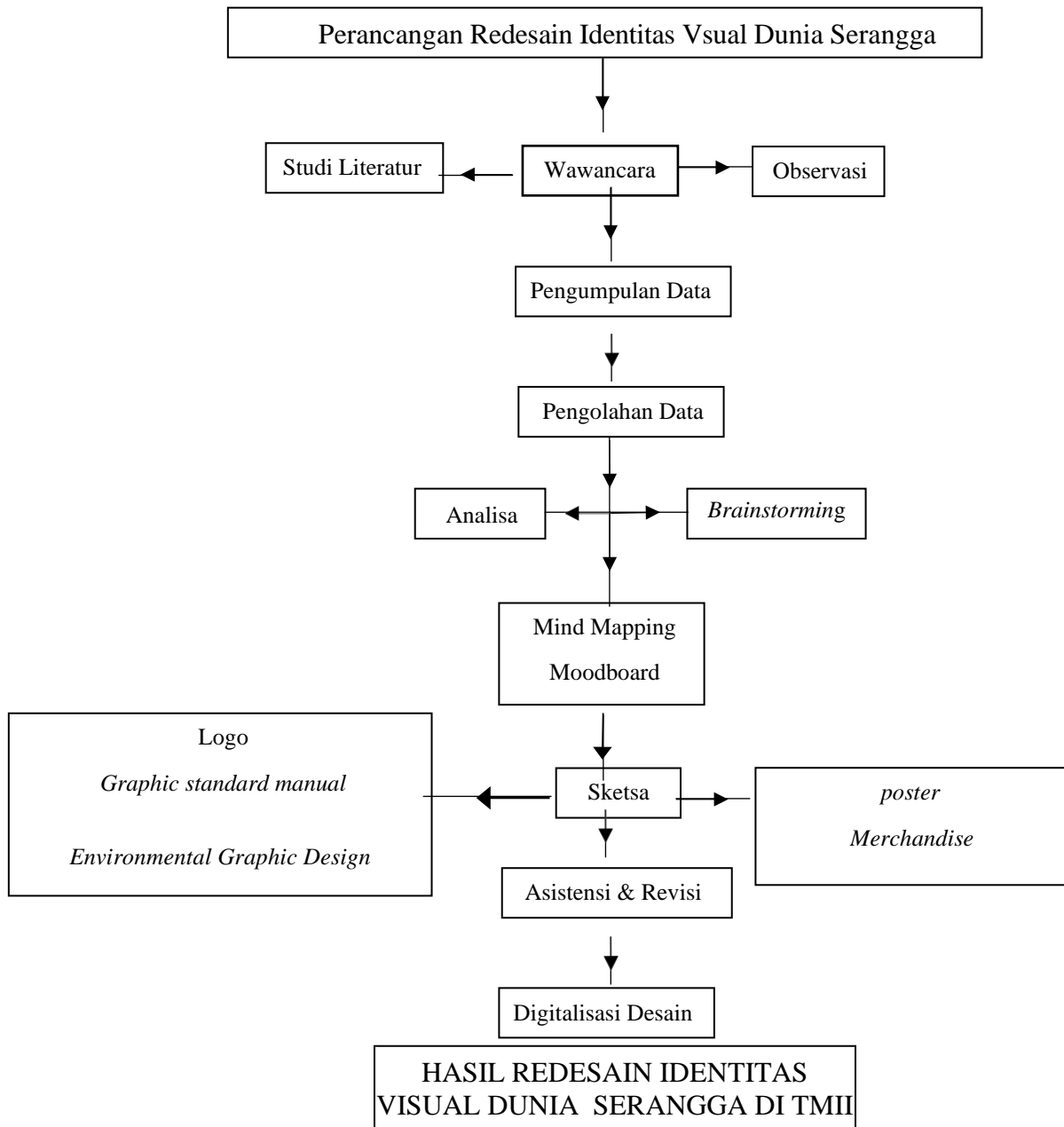
### **1.6.3 Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan dengan merekam dan mengumpulkan data secara langsung melalui foto dan video menggunakan kamera. Kegiatan dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan untuk perancangan redesain identitas visual Dunia Serangga.

### **1.6.4 Wawancara**

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab mengenai permasalahan yang ada di Dunia Serangga yang akan dilakukan dengan mewawancarai pihak pengelola museum Pak Lilik Kunder dan pihak lainnya untuk mengetahui Museum Dunia Serangga lebih dalam. Hasil dari wawancara ini diharapkan dapat memberi titik terang yang dibutuhkan dalam penciptaan ini.

## 1.7 Kerangka Penciptaan



Bagan 1.1 Kerangka Penciptaan