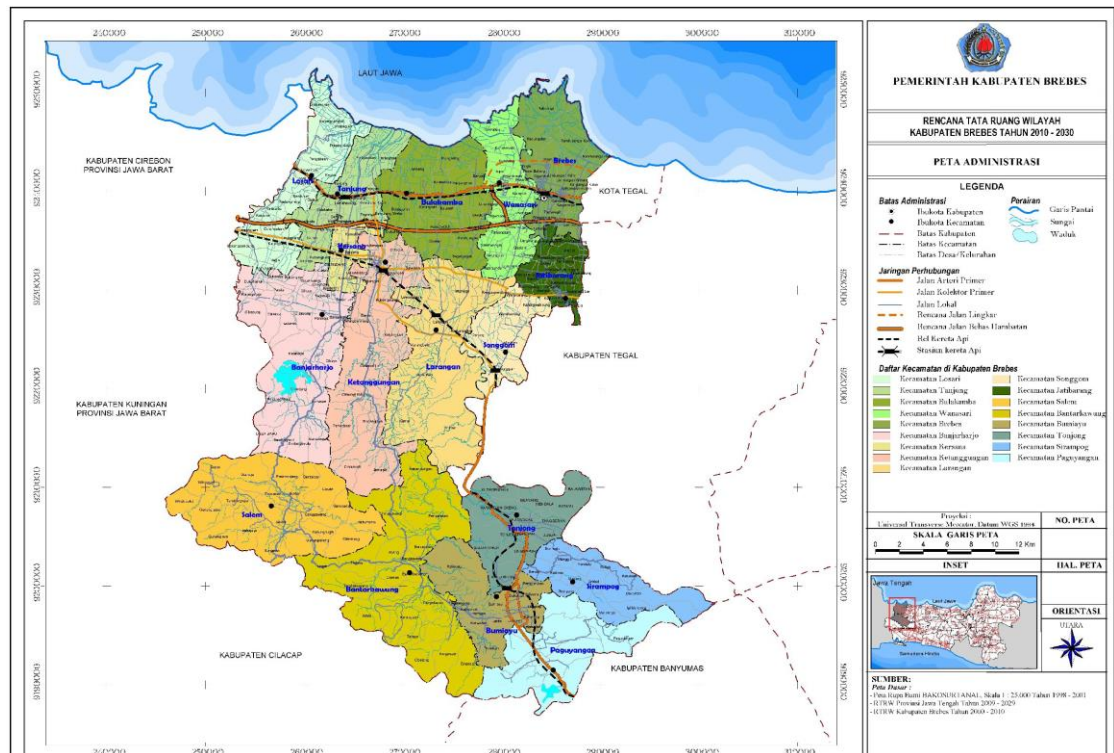


## BAB II DATA DAN ANALISA

### 2.1. Data Objek

Dikutip dari website [www.sippa.ciptakarya.pu.go.id](http://www.sippa.ciptakarya.pu.go.id). Kabupaten Brebes yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, merupakan salah satu dari 35 daerah otonom dengan luas wilayah administrasi tercatat sebesar 166.296 Ha.



Gambar : 2. 1. Peta wilayah administrasi kabupaten Brebes

(sumber : [www.sippa.ciptakarya.pu.go.id](http://www.sippa.ciptakarya.pu.go.id))

Secara administrasi Kabupaten Brebes dibatasi oleh:

- Sebelah Utara : Laut Jawa
- Sebelah Timur : Kabupaten Tegal dan Kota Tegal
- Sebelah Selatan : Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Cilacap.

- Sebelah Barat : Kabupaten Cirebon dan Kabupaten Kuningan (Provinsi Jawa Barat).

Kita bisa melihat wilayah Brebes yang cukup luas ini, potensi alam yang ada terdapat di wilayah Brebes, terbentang mulai dari wilayah pantai sampai dengan wilayah pegunungan. Oleh karena itu, bukan tidak mungkin masih terdapat wilayah yang masih tersembunyi dan belum terjamah oleh tangan manusia yang masih menjadi misteri hingga saat ini.

Wilayah Brebes selatan terdiri dari 6 kecamatan yaitu Bumiayu, Bantarkawung, Paguyangan, Tonjong, Salem dan Sirampog.

### **2.1.1. Pengertian Prasejarah**

Kata prasejarah terdiri dari kata ‘pra’ dan kata ‘sejarah’. kata ‘pra’ menandakan waktu sebelum yang berhubungan dengan sejarah dari masa lalu, atau dapat di katakan Prasejarah ini adalah periode sebelum manusia mengenal cara menulis, sehingga bukti ataupun catatan mengenai cara hidup mereka tidak ada. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) – Pengertian zaman prasejarah adalah zaman dimana orang belum mengetahui akan sejarah atau zaman dimana sejarah belum tercatat.

Orang yang meneliti tentang zaman prasejarah adalah Arkeolog, Yang dilakukan Arkeolog adalah melakukan kegiatan penggalian untuk mendapatkan benda maupun objek peninggalan pada masa prasejarah, melalui metode yang sudah mereka pelajari berupa analisa ilmiah serta di dukung oleh beberapa ilmu yang sudah mereka pelajari.

### **2.1.2. Periode Prasejarah**

Periode zaman prasejarah menurut arkeologi (peninggalan sejarah) dibagi menjadi dua zaman, hal ini dilihat dari peralatan yang digunakan oleh manusia pada masa tersebut (Gischa, 2020). Berikut penjelasan periode tersebut yaitu:

#### **1. Zaman Batu**

- a. Zaman Batu Tua (*Paleolitikum*)

Era dimana manusia purba masih hidup secara berpindah-pindah (nomaden) menggunakan peralatan dari batu yang masih kasar dan tulang belulang hewan hasil buruan.

b. Zaman Batu Tengah (*Mesolitikum*)

Zaman Batu Tengah di tandai dengan bentuk peralatan yang bentuknya makin baik, tetapi masih menggunakan batu dan tulang. Manusia di zaman ini. Mereka masih bergantung pada alam untuk memenuhi kebutuhannya.

c. Zaman Batu Baru (*Neolitikum*)

Manusia pada zaman ini mengalami kemajuan di tandai dengan mereka bercocoktanam, memelihara binatang, dan mereka tinggal di sekitar ladang yang mereka buat dan mulai membuat kelompok besar.

d. Zaman Batu Besar (*Megalitikum*)

Manusia di zaman ini sudah menciptakan kebudayaan dan umumnya menggunakan objek batu yang besar seperti menhir yang digunakan menaruh persembahan untuk memuja roh nenek moyang disebut sebagai kepercayaan (Animisme).

## 2. Zaman Logam

Zaman Logam ditandai dengan manusia yang sudah bisa membuat alat menggunakan Logam tetapi tidak meninggalkan peralatan dari batu. Manusia pada saat itu sudah mengenal cara untuk melebur logam dan menciptakan alat maupun senjata. Zaman Logam dapat di bagi menjadi :

a. Zaman Tembaga

Tembaga merupakan logam yang lunak dan tidak lebih keras dari pada batu, tembaga digunakan untuk alat kebudayaan, di Indonesia sendiri tidak dikenal istilah tembaga.

b. Zaman Perunggu

Perunggu tercipta dari campuran antara tembaga dan logam lain, manusia pada masa itu menciptakan perunggu karena kebutuhan mereka akan unsur logam yang lebih keras untuk membuat peralatan sehari – hari.

### c. Zaman Besi

Manusia pada zaman ini sudah melakukan teknik peleburan biji besi dan dicetak sesuai bentuk yang diinginkan, perkembangan peralatan yang digunakan kebanyakan terbuat dari bahan baku besi.

Pada rentang periode inilah manusia berusaha untuk berevolusi dan berkembang menjadi manusia modern seperti sekarang, kita dapat melihat mereka berusaha untuk bertahan hidup dari zaman ke zaman dengan cara yang semakin berkembang pula, dari hidup yang semakin maju dan berkembang ini sehingga manusia purba melahirkan evolusi jenis keturunan manusia yang berbeda dan semakin berkembang setiap zaman-nya.

Terdapat beberapa Jenis Manusia purba dapat dibedakan dari segi bentuk tubuh maupun tingkat kecerdasannya.

#### **2.1.3. Jenis – Jenis Manusia Purba**

Menurut keterangan dari situs resmi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dijelaskan terdapat 8 (delapan) jenis manusia purba, keterangan ini di dasari oleh bukti fosil yang di temukan di Indonesia (Sangiran, 2020).

##### *1. Meganthropus Paleojavanicus*

Manusia purba ini memiliki ciri bentuk fisik yaitu rahang tegap bergeraham besar, tulang pipi tebal, kening menjorok ke depan, dengan kepala belakang yang menonjol tetapi Manusia purba jenis ini belum memiliki tulang dagu, dan otot tengkuk cukup kuat. Ia ditemukan pertama kali pada tahun 1936-1941 oleh G.H.R von Koenigswald. Fosil ini pertama kali ditemukan di Sangiran, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah.

##### *2. Pithecanthropus Erectus*

Memiliki ciri – ciri Bentuk tubuh lebih kecil dari Pithecanthropus Mojokertensis, Tinggi badan sekitar 160-180 cm, Rahangnya menonjol ke depan, Terdapat tonjolan kening di dahi, Tidak memiliki dagu, dan hidung lebar serta leher tegap.

Pertama kali ditemukan jauh sebelum fosil di Sangiran. Penemunya adalah Eugene Dubois pada tahun 1891. Daerah penemuan Fosil manusia purba jenis ini di sekitar lembah Bengawan Solo, Desa Trinil, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur.

### 3. *Pithecanthropus Soloensis*

G.H.R von Koenigswald, Ter Haar, dan Oppenoorth menemukan pertama kali fosil *Pithecanthropus Soloensis* di Desa Ngandong, Jawa Tengah. *Pithecanthropus Soloensis* memiliki Ciri-cirinya yaitu : tengkorak lonjong yang tebal dan padat, serta memiliki rongga mata cukup panjang.

### 4. *Homo Wajakensis*

Van Rietschoten menemukan fosil dari manusia purba jenis *Homo Wajakensis* pada tahun 1889. Ditemukan di Desa Wajak, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. *Homo Wajakensis* memiliki ciri – ciri yaitu tulang tengkorak, rahang atas, dan rahang bawah, serta tulang paha dan tulang kening, manusia purba ini tinggi tubuhnya sekitar 173 cm.

### 5. *Homo Floresiensis*

Fosil manusia purba *Homo Floresiensis* ditemukan di Pulau Flores, Kabupaten Manggarai, NTT, yang bernama Liang Bua. Ciri-ciri dari *Homo Floresiensis* adalah memiliki tinggi sekitar satu meter, dahi sempit tidak menonjol, tengkorak kecil, dan tulang rahang menonjol.

### 6. *Homo Soloensis*

Ter Haar, Oppenoorth, dan Gustav Heinrich Ralph von Koenigswald menemukan fosil dari *Homo Soloensis* ini pada tahun 1931 - 1933 di Desa Sangiran, Kabupaten Sragen. Ciri yang menonjol adalah memiliki tinggi badan 210 cm, serta struktur tulang wajah yang berbeda dengan manusia kera.

### 7. *Homo Sapiens*

*Homo sapiens* ini bisa di juluki sebagai manusia cerdas. Otaknya memiliki mencapai 1.350 - 1.450 cc. Tinggi badannya antara 130 - 210 cm, dengan berat

badan 30 - 150 kg. Diperkirakan Homo Sapiens hidup sejak 25.000 - 40.000 tahun lalu.

Terdapat banyak fosil maupun artefak yang ditemukan di Indonesia, sehingga banyak situs-situs penggalian untuk meneliti fosil dan sisa artefak prasejarah. Untuk mendukung penelitian tersebut dibutuhkan tempat untuk merawat serta menyimpan artefak-artefak yang ditemukan ini, yaitu berupa sebuah bangunan Museum.

#### 2.1.4. Museum

Museum adalah sebuah bangunan yang berfungsi untuk mengumpulkan, merawat, dan menyajikan serta melestarikan warisan budaya masyarakat untuk tujuan studi, penelitian dan pameran. Menurut *Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1995*, Museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa..

Museum berfungsi sebagai tempat pelestarian serta sumber informasi budaya yang tidak hanya untuk memamerkan benda yang bersejarah, tetapi Museum juga harus mendidik, menyampaikan informasi berbasis budaya bagi pengunjung (Rachmi & Eridani, 2020)



Gambar 2.2. Bangunan Museum Nasional

(sumber : <https://www.google.com/amp/s/sejarahlengkap.com/bangunan/sejarah-museum-nasional-indonesia/amp>)

Di era sekarang ini sudah mulai banyak museum yang dibangun di berbagai penjuru daerah di Indonesia, dan semakin spesifik jenis museum yang ada. Hal ini dipengaruhi oleh banyaknya keanekaragaman budaya yang ada di Indonesia, sehingga museum ini tidak hanya menyimpan benda prasejarah saja tetapi juga sejarah budaya dan adat yang ada di masyarakat.

Hal ini sejalan dengan *International Council of Museum (ICOM)* : dalam Pedoman Museum Indonesia, 2008.

Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan dan memamerkan artefak-artefak perihal jati diri manusia dan lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan dan rekreasi. (Dwi Rachmi, 2020)

Museum memiliki dua (2) fungsi utama yaitu :

#### 1. Tempat pelestarian

Usaha yang dilakukan adalah sebagai berikut :

##### a). Penyimpanan

merupakan usaha untuk mengumpulkan benda yang berhubungan dengan sejarah, pencatatan benda koleksi, sekaligus sistem pendataan dan penataan benda saat di dalam museum.

##### b). Perawatan

Sebuah usaha untuk meminimalisir bahkan untuk mencegah kerusakan benda yang menjadi koleksi museum tersebut.

##### c). Pengamanan

Suatu kegiatan untuk melindungi dan menjaga koleksi benda museum dari segala sesuatu yang bisa merusak barang koleksi, hal ini bisa terjadi dari berbagai faktor, baik faktor alam maupun manusia.

#### 2. Sebagai sumber informasi

Informasi yang tersaji di dalam museum adalah sebagai berikut :

##### a). Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan untuk mengembangkan kebudayaan, ilmu pengetahuan dan teknologi.

b). Penyajian

Penyajian informasi visual kepada khalayak tetapi tetap dengan standar pengamanan dan pelestarian.

Dari sini kita mengetahui bahwa fungsi dari museum ini sangatlah bermanfaat untuk pelestarian benda cagar budaya yang syarat akan sejarah, dan juga sebagai sumber dari segala informasi mengenai sejarah dari yang sudah berlalu maupun apa yang terjadi hingga sampai sekarang. Selain bermanfaat dari segi informasi, museum juga sangat bermanfaat bagi negara, karena benda-benda sejarah yang menjadi aset bagi negara bisa dengan aman disimpan, dilindungi dan dirawat di dalam museum ini.

A. Museum Mini Buton



Gambar 2.3: Logo Museum Purbakala Mini

(sumber : Pengelola Museum)

Museum ini berlokasi di Jalan KH Ahmad Dahlan, Desa Kalierang, Bumiayu, Brebes, Jawa Tengah. Saat ini, koleksi yang tersimpan di dalam museum ini sekitar 1000 koleksi dan terdapat salah satu koleksi yang sangat langka tersimpan di sini, yaitu fosil dari mamalia bergading besar nenek moyang dari gajah atau di kenal sebagai *Sinomastodon Bumiayuensis*. Fosil ini ditemukan di Sungai Glagah, Desa Kutamendala, Tonjong. Yang diperkirakan berumur 1,5 – 2 juta tahun yang



lalu, pada saat itu tim Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran, Sragen, Jawa Tengah berhasil mengangkat fosil *Sinomastodon* yang terdiri dari rahang, gigi, tulang ekor, dan tulang belulang.

Terdapat juga fosil dari *Homo Erectus* yang di perkirakan juga sebagai fosil Manusia purba tertua di indonesia bahkan dunia.

Museum ini berdiri sejak tahun 2017, pelopor dari pendirian museum ini adalah Rafli Rizal seorang pelestari fosil purba. Menurut Rafli Rizal oleh Muhammad Abduh (2018) pada halaman [www.PanturaPost.com](http://www.PanturaPost.com) menyebutkan bahwa “Museum ini dibangun untuk kepentingan pendidikan, melalui kunjungan ke museum maka budaya akan terjadi suatu transformasi nilai warisan budaya bangsa dari generasi terdahulu ke generasi sekarang”.

Dahulu sebelum museum ini berdiri, Rizal menyimpan fosil – fosil ini di konveksi dan di garasi rumahnya. Museum ini terwujud atas hasil dari swadaya dari masyarakat, setelah mengedukasi kepada masyarakat secara perlahan sehingga memahami betapa pentingnya pelestarian terhadap benda-benda prasejarah, masyarakat pun akhirnya memahami dan bahu - membahu untuk membuat sebuah museum. Saat ini terdapat sekitar 15 pelestari dari museum mini buton ini, untuk mengelola serta merawat museum ini. Karena Fungsi Museum sebagai tempat pelestarian budaya sekaligus sumber informasi yang ditunjukkan lewat benda koleksi di dalamnya , dengan tujuan mendidik berbasis budaya bagi pengunjung (Yulianto, 2016)

#### **2.1.5. Logo**

Logo berasal dari bahasa Yunani “logos” yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi yang memiliki arti dan dapat dikaitkan dengan simbol citra dan semiotik (Rustan, Suriyanto 2009). Pada awal perkembangannya istilah *Logotype* lebih dulu populer dan dikenal. Istilah logo baru muncul tahun 1937, istilah logo lebih pendek dan gampang diucapkan daripada logotype, hingga akhirnya sampai saat ini istilah logo lebih populer sebagai penyebutan elemen gambar/symbol pada suatu identitas visual dari suatu bidang usaha.

Logo pertamakali di kenal pada tahun 1816, tetapi orang-orang pada saat itu menyebutnya sebagai plat atau huruf, biasanya tercetak di surat kabar atau koran. Saat masa revolusi industri besar-besaran di Inggris dan beberapa negara Eropa serta Amerika, pekerjaan seperti *photografi* dan percetakan berkembang sangat pesat seiring semakin meningkatnya kebutuhan perusahaan akan *advertising* (iklan) untuk memasarkan produknya. Percetakan menggunakan huruf yang kita kenal sebagai huruf serif, sebagai ornament huruf dalam poster-poster iklan perusahaan.

#### a. Prinsip Logo

Dalam proses untuk mendesain logo, terdapat 6 prinsip yang menjadi patokan untuk para desain untuk mendesain suatu logo. 6 prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa logo ini dapat berfungsi dengan baik. (Arfiana, 2020)

berikut Prinsip-prinsip dalam mendesain logo :

##### 1. Simplicity

Desain logo yang simple atau sederhana ini menjadi logo lebih serbaguna, dengan menonjolkan sisi keunikannya, logo akan mudah di ingat oleh *audience*. karena, otak manusia akan lebih mudah mengingat bentuk-bentuk visual yang sederhana.

##### 2. Originality

Sesuai dengan salah satu tujuan dari logo ini adalah untuk memberikan gambaran-gambaran yang menempel di benak *audience*. Agar mudah di ingat, sehingga orang akan cepat tahu apabila ketika melihat logo tersebut dari brand/merk mana.

##### 3. Timeless

Berkaitan dengan prinsip sebelumnya, tentunya apabila logo ini mudah untuk di ingat, pastinya akan diingat oleh banyak orang dari generasi satu ke generasi lainnya sehingga tidak tergerus zaman dan menciptakan ciri khas.

##### 4. Versatility (serbaguna)

Logo adalah ciri dari brand/merk yang harus ada di setiap broduk dari brand tersebut, oleh karena itu logo harus memiliki prinsip serbaguna yang berarti logo

tersebut harus bisa diaplikasikan dengan berbagai macam media, baik media cetak maupun digital.

#### 5. Appropriate / Easily associated with company

Logo yang kita buat harus memiliki prinsip ini yaitu penyesuaian dengan tujuan dari brand. Salah satunya dengan menyesuaikan jenis logo atau warna yang digunakan sesuai dengan bidang usaha yang digeluti.

Contohnya seperti toko kue yang menggunakan mencantumkan peralatan dan bahan untuk membuat kue dalam logonya, dengan bentuk logo yang dinamis. Tetapi, tidak jarang juga brand menggunakan objek lain yang dapat mewakili pesan yang ingin disampaikan, tidak selalu menunjukkan apa produk yang di jualnya.

#### 5. Balance & Proportion

Logo harus simetris, simetris disini terlihat dari elemen-elemen logo yang ada. Sedangkan proportion adalah bobot dari setiap elemen logo, sehingga terlihat enak di pandang secara visual.

Dengan adanya prinsip dalam membuat logo ini, diharapkan logo yang diciptakan dengan mengikuti prinsip tersebut menjadi sebuah logo yang sebagaimana fungsinya, yaitu komunikasi dan publikasi.

#### b. Fungsi Logo

Setiap sesuatu yang dibuat atau diciptakan pasti mempunyai suatu tujuan untuk memperoleh manfaat. (Ismail, 2020) Berikut fungsi dari logo adalah :

##### 1. Sebagai sarana identifikasi (*Branding*)

Fungsi logo salah satunya adalah sebagai fungsi identitas mengenai produk, jasa, atau identitas seseorang maupun perusahaan. Logo menjadi gambaran dari karakter seseorang, perusahaan, produk, atau jasa yang diwakilinya.

##### 2. Sebagai sarana pengawasan dan pengontrol.

Logo mengandung informasi, ketika Informasi tersebut terlihat oleh publik, publik akan merespon berupa pandangan atau perilaku yang mereka tunjukkan terhadap brand pemilik logo. Hal ini bermanfaat untuk mengontrol brand image supaya tidak melenceng dari rencana awal.

### 3. Sebagai sarana motivasi

Logo menjadi sebuah pesan positif untuk memotivasi publik sesuai dengan tujuan dari brand tersebut, dengan ini secara tidak langsung mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Misalnya logo air mineral yang menunjukkan keaslian air berasal dari sumber pegunungan yang sehat dan segar ketika diminum.

### 4. Sebagai sarana pengutaraan emosi

Logo juga dapat berfungsi sebagai pengutaraan emosi yang dibangun oleh brand untuk disampaikan kepada khalayak. Seperti logo yang memvisualisaikan seorang ibu dan bayi yang sering terdapat pada logo produk bayi. Logo tersebut menggambarkan bagaimana seorang ibu sedang menyayangi anaknya.

### 5. Sebagai sarana promosi dan presentasi

Salah satu Fungsi logo yaitu sebagai media promosi dan presentasi. Dengan gambaran visual dari logo yang bersifat *persuasif* (membujuk secara halus) dan menarik, sehingga mudah di ingat oleh publik dan pesan yang disampaikan pun diterima dengan baik.

## c. Jenis Logo

Seiring perkembangan ilmu desain grafis, jenis logo pun semakin berkembang dan berbagai macam. Jenis - jenis logo ini dapat digunakan sesuai kebutuhan para desainer grafis dalam merancang logo yang sesuai dengan jenis usahanya. Dalam dunia desain terdapat 7 jenis logo yang kita sering dapat jumpai sehari – hari, Berikut beberapa jenis logo yang digunakan oleh brand – brand yang sudah tidak asing lagi di masyarakat (Ismail, 2020) :

#### 1. *Letter Mark* ( Logo Monogram)



Gambar : 2. 4: Logo Monogram

(sumber : <https://designlogoservice.com/wp-content/uploads/2019/09/Tips-dan-Trik-Mendesain-Logo-yang-Baik-dan-Efisien-lettermark.png>)

Secara visual, letter Mark ini lebih terlihat sederhana karena sebagian besar logo semacam ini hanya menggunakan inisial nama dari perusahaan atau brand. Kunci dari pembuatan logo ini adalah dengan memadukan jenis font dan juga penempatan font, sehingga terciptalah sebuah logo yang sederhana namun tetap eyecatching gampang terlihat oleh mata sehingga orang cepat untuk mengenalinya dan menjadi ciri khas tersendiri.

## 2. Wordmark



Gambar 2.5. Logo Wordmark

(sumber : <https://designlogoservice.com/wp-content/uploads/2019/09/Tips-dan-Trik-Mendesain-Logo-yang-Baik-dan-Efisien-wordmark.png>)

Wordmark merupakan jenis logo yang langsung menunjukkan nama brand atau perusahaan. Logo ini cocok digunakan untuk nama perusahaan yang ringkas dan tidak terlalu panjang. Kunci dalam mendesain logo semacam ini adalah dengan memilih jenis font yang sesuai dengan karakter dari perusahaan yang akan di desain logonya. Misalnya logo untuk merk peralatan elektronik dengan menggunakan font yang tegas, kuat dan terkesan futuristik (modern).

### 3. Pictorial Mark (Logo Simbol)

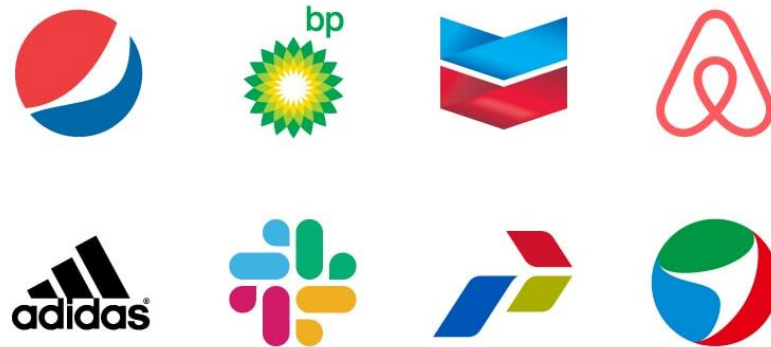


Gambar 2 .6. Logo Simbol

(sumber : <https://designlogoservice.com/wp-content/uploads/2019/09/Tips-dan-Trik-Mendesain-Logo-yang-Baik-dan-Efisien-simbol.png>)

Logo ini biasanya berbentuk sebuah gambar atau biasa disebut istilah simbol. Dalam mendesain sebuah simbol ini, kita harus memikirkan bentuk – bentuk yang mewakili dari visi dan semangat dari perusahaan, terdapat juga elemen warna yang tidak kalah penting, warna yang digunakan juga harus menyimbolkan sifat dari brand . Simbol ini berupa ikon atau simbol khas dari suatu perusahaan. Logo ini bersifat to the point atau langsung menggambarkan bentuk yang jelas dan langsung dimengerti oleh audience.

### 4. Abstrak



Gambar 2.7. Logo Abstrak

(sumber : <https://grapiku.com/wp-content/uploads/2020/04/abstract-mark-logo.jpg>)

Logo ini tidak jauh beda dengan jenis logo Pictorial Mark, perbedaannya hanya terletak dari bentuk logo yang kurang to the point. Kita harus melihat keseluruhan visual dari logo terlebih dahulu apabila ingin mengenalinya. Logo abstrak akan terlihat lebih kreatif , karena visual logo ini yang sangat berbeda dari logo jenis lain.

### 5. Character (Maskot)



Gambar 2.8. Logo karakter (maskot)

(sumber : <https://designlogoservice.com/wp-content/uploads/2019/09/Tips-dan-Trik-Mendesain-Logo-yang-Baik-dan-Efisien-maskot-1024x512.png> )

Apabila logo simbol menggambarkan bentuk yang mewakili perusahaan, logo maskot ini menciptakan sebuah karakter dari merk bisnis perusahaan. Maskot ini

biasanya memiliki visual yang warna-warni terkesan playfull dan ceria sesuai dengan merk bisnis. Maskot sendiri berguna sebagai perwujudan sifat dari suatu perusahaan yang mewakilinya, contoh biasanya logo maskot ini sering digunakan oleh perusahaan yang menargetkan produknya yang berhubungan dengan anak-anak seperti mainan, produk makanan, dan lain-lain.

#### 6. Logo Kombinasi



Gambar 2.9. Logo Kombinasi

(sumber <https://designlogoservice.com/wp-content/uploads/2019/09/Tips-dan-Trik-Mendesain-Logo-yang-Baik-dan-Efisien-kombinasi-300x154.png>)

Sesuai dengan namanya yaitu Logo Kombinasi merupakan penggabungan dari dua jenis logo yang berbeda atau lebih. Biasanya logo ini gabungan gambar (maskot, simbol, abstrak) dengan teks (*wordmark, lettermark*), disejajarkan menjadi satu kesatuan yang saling melengkapi satu sama lain untuk menciptakan sebuah logo. Dengan adanya perpaduan yang menarik ini, konsumen akan lebih mudah mengenali merk bisnis yang mempunyai logo tersebut.

#### 7. Emblem Logo / Lambang





Gambar 2.10. Logo emblem/lambang

(sumber : <https://designlogoservice.com/wp-content/uploads/2019/09/Tips-dan-Trik-Mendesain-Logo-yang-Baik-dan-Efisien-lambang.png>)

Logo lambang/emblem adalah perpaduan antara huruf dan gambar yang menjadi satu kesatuan berada didalam suatu bentuk simbol atau ikon, lencana, dan menjadi satu kesatuan yang utuh, biasanya logo semacam ini tidak bisa di pisah – pisah antar satu elemen dengan elemen lainnya. Dibutuhkan ketepatan dalam memadukan antara elemen visual gambar dan tulisan, sehingga logo yang diciptakan akan menjadi sangat menarik. Untuk penggunaan logo ini sendiri sering digunakan untuk logo sekolah, organisasi, lembaga pemerintah atau industry otomotif, karena bentuk dari lambang ini syarat akan makna dan dapat ber-filosofis.

### 2.1.6. Identitas Visual

Identitas Visual adalah sebuah citra dan informasi grafis yang ditangkap oleh mata audience berupa identitas yang membedakan identitas itu dengan yang lainnya. Semua hal yang bersifat visual, akan membentuk sebuah persepsi di benak audience. Jadi, apabila ingin suatu brand mudah untuk di ingat oleh audience tentulah dengan membuat identitas visual yang kuat.

Mendesain sebuah identitas visual adalah suatu hal paling mendasar dalam proses memperbesar sebuah organisasi atau perusahaan. Merancang identitas visual adalah tindakan yang paling mendasar dalam proses mengembangkan sebuah

organisasi atau perusahaan. identitas visual terdiri dari beberapa elemen atau atribut didalamnya, mulai dari pemilihan nama sebagai langkah awal, logo, tipografi, warna serta elemen gambar pendukung (Rustan, Surianto 2009).

Logo merupakan salah satu aspek penting yaitu sebagai identitas visual yang utama. kita dapat menilai baik atau kurang tepatnya visualisasi dari logo ini melalui 6 (enam) aspek yaitu, *original, legible, simple, memorable, easily associated with the company, easily adaptable for all graphic media.*

Logo Museum Mini Buton ini belum memenuhi ke-6 (enam) aspek yang disebutkan sebelumnya tersebut, alasannya adalah :

- terkesan kurang unik.
- memiliki tingkat keterbacaan yang kurang.
- sulit diaplikasikan ke berbagai media
- belum mencitrakan keunikan dari Museum Mini Buton.

Karena atas alasan tersebut, maka dibutuhkan identitas baru yang dapat mewakili citra dari Museum Mini Buton ini dan pastinya sesuai dengan enam (6) aspek diatas.

### **2.1.7. Teori Perancangan**

#### **1. Teori Warna**

Warna adalah bentuk rangsangan visual, sehingga dapat menarik perhatian dalam membantu produk, jasa, atau konsep yang bersangkutan. Warna dapat menciptakan daya tarik atau mempunyai efek yang bisa mempengaruhi pikiran dan tindakan . (Heningtyas & Mayasari, 2007)

Warna yang digunakan adalah menggunakan pallet warna *retro style*. Pemilihan ini berdasarkan jenis museum yang akan di buat logo, yaitu museum purbakala sehingga warna yang digunakan dapat menampilkan kesan jadul atau tempo dulu sesuai dengan museum. Oleh karena itu retro style dianggap cocok, karena memiliki sifat yang dapat membuat kesan jadul sehingga dapat memunculkan memori di masa lampau. Gaya ini tidak hanya ada di dalam

fotografi saja, tetapi terdapat juga dalam dunia desain grafis. (Desmond & Wibowo, 2020)

## 2. Teori Logo

Teori merupakan serangkaian bagian atau variabel yang saling berhubungan antara satu dengan lainnya, sehingga menciptakan sebuah pandangan yang sistematis. Teori logo merupakan dasar dari sebuah sistem perancangan untuk menciptakan suatu logo. Logo adalah komponen penting dari estetika merek atau sebuah organisasi. Di era sekarang, seringkali perusahaan mendesain ulang logo mereka dengan lebih bulat tidak tajam sehingga lebih *friendly*.

Untuk jenis logo yang akan di aplikasikan dalam merancang logo Museum Mini Buton ini adalah *Pictorial Mark*, *Logogram* atau logo ini kita sering melihatnya berupa gambar yang digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan (Rustan, 2009).

## 3. Teori Tipografi (huruf)

Tipografi adalah teknik yang meliputi pemilihan, penataan, dan pengaturan berbagai hal yang berkaitan dengan susun menyusun huruf (*typeface*), tidak termasuk elemen lain yang bukan huruf (Sudiana, 2001).

Satu - kesatuan bentuk huruf, angka, tanda baca, yang memiliki bentuk serta karakter sifat yang sama di sebut sebagai *Typeface*. Sedangkan Font / Fon adalah sebuah bentuk visual dari huruf yang memiliki ukuran dan gaya tertentu. Untuk jenis font yang akan diaplikasikan ke dalam visual logo dari Museum Mini Buton ini berupa tulisan “Museum Purbakala Bumiayu - Brebes” yang menjadi pendukung untuk memperjelas dari *logogram*.

## 2.2. Analisa Objek dan Target Audience

### 2.2.1. Analisa Objek

#### - Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan, dibagi menjadi dua jenis yaitu Teknik Kualitatif dan Kuantitatif. Penulis menggunakan teknik kualitatif untuk mengumpulkan data yaitu melalui proses wawancara terhadap pihak terkait. Dalam teknik kualitatif kualitatif,

pengumpulan data lebih cenderung pada observasi ,wawancara mendalam dan dokumentasi (Sugiyono, 2009).

Penulis melakukan wawancara intens terhadap pihak pengelola Museum Mini Buton Bumiayu – Brebes mengenai logo dan Identitas visual yang ingin buat serta melakukan dokumentasi untuk kebutuhan visual di lapangan. Berikut metode yang dilakukan oleh penulis:

1. Studi Pustaka

Mencari berbagai data yang diperlukan mengenai objek yang akan dirancang melalui media cetak maupun digital,website, maupun media lainnya.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi sebanyak – banyaknya langsung dari sumbernya. Wawancara ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan bukti visual objek yang ada di dalam museum sebagai data visual untuk ide maupun referensi untuk membuat perancangan logo.

### **2.2.2. Profile Kompetitor**

Untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari brand museum, kita harus mengetahui dan menganalisis kompetitor museum lain terlebih dahulu :

1. Museum Sejarah Purbakala Pleret

Nama Museum : Museum Sejarah Purbakala Pleret

Alamat : Jl. Pleret, Kedaton, Pleret, Kec.Pleret, Bantul, D.I.

Yogyakarta 55797



Gambar 2.11. bangunan museum

(sumber : [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Museum\\_Pleret.jpg](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Museum_Pleret.jpg) )



Gambar 2.12. Logo Museum

(sumber : [https://2.bp.blogspot.com/-Xh1b\\_p2satY/V1Zot62taKI/AAAAAAAAANs/e0ohhNmmW1Yd55GC1IlgownMNIDAeL4hiwCLcB/s1600/20160605\\_123239.jpg](https://2.bp.blogspot.com/-Xh1b_p2satY/V1Zot62taKI/AAAAAAAAANs/e0ohhNmmW1Yd55GC1IlgownMNIDAeL4hiwCLcB/s1600/20160605_123239.jpg) )

Museum ini digunakan untuk menyimpan benda cagar budaya yang ditemukan di sekitaran Kabupaten Bantul. Dibangun sejak tahun 2004 dan mulai beroperasi pada tahun 2014. Benda – benda yang tersimpan di dalam museum ini berupa benda bersejarah peninggalan Kerajaan Mataram di sekitaran Bantul.

Salah satu situs museum yang paling menarik perhatian adalah sebuah sumur berwarna merah muda di mana warga sekitar disebut dengan Sumur Gumuling. Untuk benda peninggalan sejarah lain yang menjadi koleksi adalah keberadaan situs peninggalan Mataram Islam di sekitaran museum.

Jam buka : sabtu – Kamis : 08.00 – 16.00 WIB. Jum'at : 08.00 – 14.30 WIB.

Hari besar Nasional : TUTUP

Harga Tiket : Gratis ( mengisi buku tamu)

## 2. Museum Situs Semedo

Nama Museum : Museum Situs Semedo

Alamat : Ds. Semedo, Kedungbanteng, Kab. Tegal, Jawa Tengah  
52472.



Gambar 2.13. logo dan bangunan museum semedo

(sumber : <https://m.medcom.id/amp/yKXG4w9k-kabupaten-tegal-segera-miliki-museum-situs-purbakala>)

Nama Semedo sendiri merupakan nama dari sebuah desa yang berada di perbukitan Serayu Utara. Semedo dikenal masyarakat luas sejak beberapa warganya pada tahun 2005 menemukan fosil dari hewan vertebrata di daerah hutan, hal itulah menjadi awal penelitian situs semedo ini. Koleksi unggulan dari museum ini adalah kepingan tulang tengkorak *Homo Erectus* yang berusia sekitar 700 ribu tahun yang lalu.

Museum ini di bangun secara bertahap sejak 2015 dan rencana di buka pada tahun 2021, rencananya museum ini akan menampung sekitar 3.000 an benda prasejarah manusia purba dan menjadikanya pusat situs zaman prasejarah seperti sangiran. Fasilitas yang dihadirkan pun bukan cuma benda prasejarah saja, terdapat juga diorama yang menceritakan kehidupan manusia purba.

### 2.2.3. Analisis SWOT

Salah satu metode yang paling efektif untuk mencari penilaian terhadap suatu usaha atau organisasi adalah dengan melakukan analisis SWOT. SWOT merupakan proses perencanaan yang membantu untuk mengatasi tantangan dan menentukan tujuan . (Gie, 2020)

Dalam melakukan analisa objek, penulis akan menggunakan metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) dari “Museum Mini Buton”. Berikut adalah analisa SWOT dari Museum Mini Buton, Museum Pleret dan Museum Semedo :

#### 1. Museum Purbakala Mini Buton

- a) *Strenght* (Kekuatan)
  - a. Memiliki logo
- b) *Weakness* (Kelemahan)
  - a. tingkat keterbacaanya kurang
  - b. belum memiliki branding yang jelas
  - c. warna yang digunakan tidak menunjukkan citra museum
- c) *Opportunity* (Peluang)
  - a. membangun citra lewat logo yang baru
  - b. bergerak di bidang pelestarian fosil purbakala
- d) *Threat* (Ancaman)
  - a. Rendahnya tingkat kesadaran akan *corporate identity*

#### 2. Museum Sejarah Purbakala Pleret

- a) *Strenght* (Kekuatan)
  - a. memiliki logo yang lebih modern
  - b. dapat diaplikasikan dalam berbagai media

- b) *Weakness* (Kelemahan)
    - a. tingkat keterbacaan yang kurang (Legibel)
    - b. bentuknya yang terlalu abstrak
    - c. font yang digunakan tidak beraturan
  - c) *Opportunity* (Peluang)
    - a. lebih dikembangkan lagi citra museum, melalui logo yang ada.
    - b. masyarakat yang penasaran dengan benda – benda purbakala.
  - d) *Threat* (Ancaman)
    - a. kurangnya minat masyarakat untuk mengunjungi museum
3. Museum Situs Samedo
- a) *Strenght* (Kekuatan)
    - a. logo yang ditampilkan simple dan *iconic*
    - b. memiliki koleksi benda purbakala yang lengkap
    - c. museum terlihat sangat modern
  - b) *Weakness* (Kelemahan)
    - a. bentuk dari logo ini sudah banyak ditemukan di internet
    - b. akses masuk yang masih belum di perbaiki..
  - c) *Opportunity* (Peluang)
    - a. situs purbakala yang masih termasuk baru.
    - b. visual yang ditampilkan sangat mencirikan museum purbakala
  - d) *Threat* (Ancaman)
    - a. Masyarakat yang kurang tertarik mengunjungi Museum.

#### **2.2.4. Target Audience**

Adapun *target audience* perancangan Logo Museum Mini Buton adalah :

1. Demografis
  - a. Gender : Laki – laki dan Perempuan
  - b. Usia : 15 – 20 tahun
  - c. Strata ekonomi social : A – B
  - d. Pendidikan : SMA sederajat
2. Geografis



Logo dan buku katalog ini ditujukan untuk pelajar dan para pengunjung Museum Mini Buton, Terutama masyarakat sekitar Daerah Bumiayu dan sekitarnya.

### 3. Psikografis

#### a. *Behaviour*

- Tertarik terhadap visual.
- Memiliki sifat *sense of beauty*.

#### b. *Emotional*

- Memiliki sifat untuk membagikan akan sesuatu.

#### c. *Habit*

- Senang dengan hal baru.
- Tertarik dengan desain

Dari sini kita dapat simpulkan bahwa *Target Audience* , ini sangat mempengaruhi sebuah perancangan. Analisis target audience bertujuan untuk memudahkan kita dalam merancang sebuah logo, layaknya petunjuk arah yang mengarahkan kita untuk membuat logo yang sesuai dengan yang diharapkan audience.

## 2.3. Referensi Perancangan

Dalam dunia desain, Referensi atau yang kita kenal sebagai contoh desain, merupakan inspirasi dari gaya, warna, bentuk dan jenis dari suatu objek yang akan kita rancang. Referensi ini berbeda dengan menjiplak, fungsi dari referensi ini adalah sebagai *guide* atau petunjuk supaya pikiran kita fokus pada desain yang kita inginkan.

### A. Logo

Referensi perancangan Logo yang penulis akan rancang bersumber dari website *pinterest*. Untuk visual dari logo museum ini sendiri, akan dibuat dengan visual yang sederhana menggunakan outline yang membentuk karakter atau objek yang mewakili dari museum tersebut.



COMPLEXUL  
MUZEAL  
NAȚIONAL  
MOLDOVA  
IAȘI



Powiat  
**MIECHOWSKI**

Gambar 2.14. Logo Referensi

(sumber : <https://pin.it/zMpFSOL>)

## B. Identitas Visual

Untuk Referensi perancangan Identitas Visual museum ini sendiri, akan dibuat dengan berbagai macam variasi supaya dapat diaplikasikan kedalam berbagai macam media yang ada.

Hal ini bertujuan untuk menciptakan kesan kesatuan dan berkelanjutan dalam semua bidang media yang dipakai walaupun berbeda bentuk antara media satu dengan yang lainnya.



Gambar 2.15. Logo Referensi

(sumber : <https://www.behance.net/gallery/124265087/SHPINX-Brand-Identity/modules/706140405>)