

Perancangan Katalog Digital Museum Radya Pustaka Surakarta

Ivan Handita Kesoema¹, Handriyotopo²
Institut Seni Indonesia Surakarta^{1,2}

Artikel History

Dikirim: 20 Februari 2022

Revisi : 25 Maret 2022

Diterima: 12 April 2022

Abstract

Radya Pustaka Surakarta Museum needs a service that is able to efficiently present information about its 15,216 collection of cultural heritage objects. The design of the digital catalog website interface aims to be an information service medium for the Radya Pustaka Surakarta Museum that can help visitors find information on cultural heritage. Design using the Design Thinking method is human centered or focuses on human needs (users) and the process originates and is aimed at users. The results of the design include product identity (verbal and visual) from a digital catalog with the main identity of Rajamala combined with primary colors of blue, yellow, and white with a flat design illustration style referring to Michael Fugoso's style and shadows in wayang performances. The main media for this design are website prototypes and promotional media (Instagram campaigns, digital posters and YouTube advertisements) and merchandise supporting media such as (t-shirts, tumblers, sitting calendars, wall clocks, notebooks, keychains, enamel pins and sticker sets).

Keyword: Museum, Radya Pustaka, design thinking, interface



Abstrak

Museum Radya Pustaka Surakarta memerlukan sebuah layanan yang mampu untuk menyajikan informasi tentang koleksi benda cagar budayanya yang berjumlah 15.216 dengan efisien. Perancangan antar muka *website* katalog digital bertujuan menjadi media layanan informasi untuk Museum Radya Pustaka Surakarta yang bisa membantu pengunjung dalam menemukan informasi cagar budaya. Perancangan menggunakan metode *Design Thinking* bersifat *human centered* atau fokus pada kebutuhan manusia (pengguna) dan prosesnya berasal dan ditujukan pada pengguna. Hasil perancangan meliputi identitas produk (verbal dan visual) dari katalog digital dengan identitas utama Rajamala dipadukan warna primer biru, kuning, dan putih dengan gaya ilustrasi *flat design* mengacu pada gaya Michael Fugoso dan bayangan pada pertunjukkan wayang. Media utama perancangan ini adalah purwarupa *website* dan media promosi (kampanye Instagram, poster digital dan iklan YouTube) dan media pendukung *merchandise* seperti (kaos, tumbler, kalender duduk, jam dinding, *notebook*, *keychain*, enamel pin dan *sticker set*).

Kata Kunci: Museum, Radya Pustaka, *design thinking*, antar muka

Corresponding author.

Alamat E-mail: handitakk@gmail.com

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Museum Radya Pustaka Surakarta merupakan salah satu museum tertua di Indonesia yang didirikan pada tanggal 28 Oktober 1890 oleh Kanjeng Adipati Sosrodiningrat IV, seorang Pepatih Dalem pada masa pemerintahan Sunan Pakubuwana IX. Museum Radya Pustaka saat ini memiliki koleksi bersejarah, seperti peninggalan dan warisan dari Keraton Surakarta, *canthik* perahu Rajamala, souvenir dari Napoleon Bonaparte, arca batu dan perunggu, tosan aji, wayang dan gamelan, dan naskah/manuskrip Jawa kuno. Museum merupakan bagian dari sebuah lingkungan hiburan dan budaya yang lebih luas, yang dikuasai oleh pengunjung yang memiliki tuntutan tinggi, yang mencari pengalaman mendalam (*edutainment*) dan pengaturan yang hemat waktu (Komarac, 2014:208). Museum sebagai Lembaga atau tempat yang ditujukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan rekreasi yang bersifat edukatif, tidak dapat dipisahkan komunikasi antar koleksi pameran dengan pengunjungnya.

Museum Radya Pustaka Surakarta sering kali menjadi tempat rujukan ilmu pengetahuan budaya karena banyaknya koleksi yang memiliki nilai dan pengetahuan dari zaman dahulu. Menurut Yanti (Staf Edukasi Museum Radya Pustaka Surakarta), Museum Radya Pustaka Surakarta menyimpan koleksi 460 wayang, 140 arca batu, 162 unit gamelan, 363 tosan aji, 373 naskah kuno, 1.054 naskah Jawa cetak, 609 buku berbahasa Belanda, 513 buku berbahasa Indonesia dan masih banyak koleksi benda cagar budaya lainnya (wawancara 16 Juli 2019). Dengan jumlah koleksi benda cagar budaya yang sangat banyak, pihak museum memerlukan perhatian lebih dalam merawat dan melayani pengunjung yang ingin belajar tentang koleksi benda cagar budaya yang dipamerkan. Keterbatasan sumber daya manusia (staf maupun pemandu) akan semua pengetahuan dan informasi tentang koleksi benda cagar budaya saat sedang memandu dan melayani pengunjung terkadang menjadi kendala dalam proses penyampaian informasinya.

Komunikasi merupakan *center of interest* dalam situasi perilaku manusia, untuk mengalihkan pesan kepada penerima dengan tujuan mempengaruhi perilaku tertentu (Suryanto, 2015:51). Untuk memudahkan dalam penyampaian komunikasinya, Museum Radya Pustaka Surakarta memerlukan media yang mudah digunakan dan dimengerti. Menurut para aktivis *Solo Raya Accessible Tourism* (SRAT), dari segi informasi Museum Radya Pustaka Surakarta perlu diberi keterangan yang detail dan jelas, termasuk papan informasi yang bisa diakses secara bersamaan baik pengunjung normal maupun difabel (Tribunsolo.com, 2019). Dengan jumlah koleksi benda cagar budaya yang sangat banyak,

pengelola museum memerlukan perhatian lebih dalam merawat koleksi dan melayani pengunjung yang ingin belajar tentang koleksi benda cagar budaya yang dipamerkan.

Museum Radya Pustaka Surakarta memerlukan sebuah sistem yang mendata dan menjadi arsip setiap koleksi benda cagar budaya yang dipamerkan. Sistem yang diharapkan mampu menampilkan setiap informasi dari koleksi yang dipamerkan dan dapat diakses oleh pengunjung secara bersamaan. Katalog digital dipilih sebagai media informasi karena memiliki keunggulan yaitu dalam hal kemudahan akses, pengembangannya dan dapat dibuat interaktif dengan harga yang lebih hemat. Katalog digital adalah sebuah sistem yang memiliki layanan dan objek informasi yang mendukung akses tersebut melalui perangkat digital (Sismanto, 2008). Agar lebih optimal dalam perancangannya, diperlukan penyesuaian dengan kebutuhan pengunjung dari segi alur pemakaian (*user flow*) dan desain antarmukanya. Penyesuaian tersebut untuk memastikan bagaimana seorang pengguna (*user*) nantinya dapat berinteraksi baik dengan produk digital serta informasi yang tampil di layar. Melihat aspek penting dalam perancangan website katalog untuk museum Radya Pustaka Surakarta adalah bagaimana merancang antarmuka *website* katalog digital dan merancang strategi promosi digunakan dalam mengenalkan *website* katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta. Hal ini bertujuan memudahkan pengunjung dalam mencari informasi melalui *website* katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta secara luas.

Tinjauan Pustaka

Beberapa pustaka penting sebagai rujukan perancangan website katalog Radya Pustaka Surakarta yang memiliki posisi penting dalam perancangan ini seperti pada buku yang berjudul "Katalog Museum Kesehatan Surabaya Menggunakan Teknik Fotografi Sebagai Upaya Pengenalan Wisata Edukasi Terhadap Pelajar di Kota Surabaya" pada tahun 2017 oleh Dede Triastanto dari Progam Studi Desain Komunikasi Visual Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya. Perancangan tersebut dilatar belakangi dengan tujuan mengenalkan potensi wisata edukasi yang dimiliki Museum Kesehatan Surabaya kepada pelajar yang berada di Kota Surabaya. Dengan menggunakan teknik fotografi pada buku katalog tersebut dapat menampilkan koleksi-koleksi yang dimiliki Museum Kesehatan Surabaya secara *real* (nyata) seperti dengan kondisi koleksi benda aslinya. Buku katalog dapat dijadikan pedoman untuk menjelaskan informasi dari setiap koleksi benda yang ada di Museum Kesehatan Surabaya. Perancangan layanan informasi menggunakan katalog buku mendasari perancangan yang akan diciptakan dari bentuk medianya (katalog) yang masih

relevan sebagai salah satu media pembelajaran/informasi bagi pengunjung museum. Berbeda dengan perancangan yang akan diciptakan yaitu media layanan informasi dengan media *online webiste* yang memiliki kelebihan pada aksesnya dibanding media cetak konvensional. Media *online* yang dapat diakses oleh siapaun dengan perangkat yang terhubung jaringan internet memudahkan pengunjung dalam pendistribusiannya, terlebih pembuatan dan perawatan lebih murah.

Perancangan *Web* sebagai Media Promosi Koleksi Naskah Kuno Minangkabau di Museum Adityawarman Sumatra Barat oleh Susan Jayanti dari Progam Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Universitas Negeri Padang pada tahun 2012. Alasan mengapa *website* dijadikan sebagai media promosi naskah kuno tersebut karena *website* merupakan media informasi dan promosi dengan cakupan yang luas dan dapat diakses 24 jam oleh publik. Pembuatan *website* juga terbilang mudah dan murah yang informasi atau kontennya dapat diperbarui dengan cepat. Dengan konten dan informasi yang selalu terbaru (*up to date*) pada *website*, mampu mengangkat citra Museum Adityawarman sebagai museum yang profesional dan maju dalam hal penyampaian informasi dalam promosinya. Kelebihan-kelebihan memiliki *website* dimanfaatkan sebagai media promosi untuk meyebarluaskan informasi tentang Museum Adityawarman, khususnya koleksi naskah-naskah kunonya. Sama halnya dengan perancangan pada Museum Radya Pustaka diciptakan yaitu memanfaatkan keunggulan *website* sebagai *platform* untuk katalog digital. Berbeda dengan perancangan diatas yang menggunakan *website* sebagai media informasi dan promosi, pada perancangan katalog digital media *website* digunakan sebagai media utama untuk pembelajaran dan informasi. Sedangkan untuk media promosi akan menggunakan media digital lainnya seperti sosial media.

Perancangan *Web Interface* Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan Memperhatikan Aspek *Usability* oleh Hendry Setyawan Sutejo, Jurusan Teknik Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) pada tahun 2012. Sebelumnya ITS sudah memiliki *website* yang digunakan untuk sarana komunikasi dan pertukaran informasi baik yang terjadi di dalam universitas maupun di luar universitas. Karena banyaknya informasi yang dimuat, perancangan *website* juga harus memperhatikan tingkat kebergunaan (*usability*) dari *website* tersebut. Seperti aspek *visibility* (keterlihatan), keakuratan informasi, konsistensi dan standar, *prevention error system*, *recognition and recall*, *flexibility and efficiency*, *design*, *recovery system* dan *help and document*. Tingkat kebergunaan pada *website* milik ITS diukur menggunakan dua metode yaitu pendekatan *Heuristic Evaluation* dan *Quality Function Deployment (QFD)*. Perancangan *website* harus memperhatikan tingkat kebergunaan, karena berhubungan

langsung dengan kepuasan dan kenyamanan pengguna. Begitu juga perancangan yang akan diciptakan harus memperhatikan tingkat kebergunaannya supaya memudahkan pengguna dalam memahami informasi dan menggunakannya. Perancangan *website* ITS menggunakan pendekatan *Heuristic Evaluation* dan *Quality Function Deployment* untuk meriset dan mengevaluasi tingkat kebergunaan *website* sebelumnya sehingga dapat mengetahui dimana saja kekurangan *website* tersebut. Dengan membagikan kuesioner kepada enam kategori pengguna yang paling sering menggunakan *website* tersebut langsung dapat mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan pengguna dalam menggunakan *website* tersebut. Berbeda dengan perancangan *website* pada anatar muka katalog Museum Radya Pustaka, yaitu merancang sebuah *website* dari awal dan menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terfokus pada kebutuhan pengguna dan membuat *Forum Group Discussion* untuk membantu menemukan solusi-solusi untuk perancangan *website* katalog digital.

VOR Studio merupakan studio kreatif multi disiplin yang terdiri dari Zak Steele sebagai *creative director*, Anastasia Rud sebagai *user interface designer* dan ilustrator dan Sven Larsson sebagai *UI/UX specialist*. Tampilan antar muka *website* merupakan hal penting dalam membangun sebuah kesan pertama bagi pengguna. Ciri khas VOR Studio dalam merancang tampilan antar muka *website* adalah menggunakan *hero image* pada tampilan awalnya. Dengan *layout* sederhana, *hero image* dapat menjadi daya tarik dan mampu menceritakan pesan atau maksud dengan visual ilustrasinya. Keuntungan lainnya juga bisa menambah interaksi pengguna dan menambah tingkat keterbacaan teksnya. Ciri khas yang dimiliki oleh VOR Studio dengan *hero image* pada tampilan awal dan *layout* yang mudah dibaca menjadi referensi dalam perancangan desain antar muka *website* katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta. Pada ilustrasi *hero image* juga bisa ditambahkan gerakan-gerakan pada ilustrasi untuk menambah kesan dan menarik perhatian. Motion pada ilustrasi bisa menerapkan dari gerakan membalik pada pertunjukan wayang sehingga sesuai dengan citra berbudaya.

Michael Fugoso merupakan desainer grafis asal Austin, negara bagian Texas yang memiliki ciri khas pada desainnya yaitu gaya desain *skeumorphic*. *Skeumorphic* adalah gaya desain yang meniru bentuk, fitur dan tekstur benda-benda yang nyata. Desain *skeumorphic* milik Michael Fugoso memiliki bentuk sederhana dari bentuk objek aslinya namun ada penambahan teksturnya. Proses desain ilustrasi oleh Michael Fugoso diawali dengan mendesain objek sederhana namun tampilannya datar (*flat desain*) dan kemudian

ditambahkan tekstur dari objek tersebut dan diberi shadow dari masing-masing objek sehingga terlihat seperti timbul (*pop up*). Gaya desain ilustrasi milik Michael Fugoso dipilih sebagai tinjauan dan referensi untuk membuat ilustrasi pada desain antar muka website katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta, karena karakter ilustrasinya yang bisa dipadukan dengan gaya tradisi Jawa, seperti bentuk wayang. Sama seperti visual pertunjukan wayang kulit yang dimainkan dengan pencahayaan sehingga menimbulkan bayangan (*pop up*).

Metode Perancangan

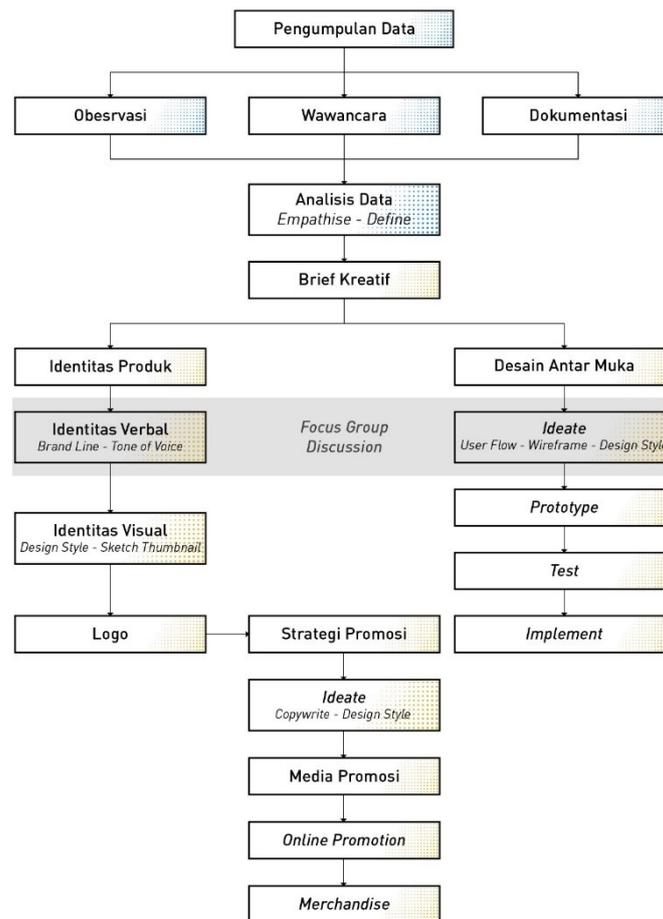
Metode perancangan *website* katalog digital ini menggunakan metode *Design Thinking* yang berorientasi pada kebutuhan pengguna (*human centered*) dan prosesnya berasal dan ditujukan untuk pengguna (*user*). Tahapan pertama dalam perancangan adalah *Empathise* (empati) dengan cara mengamati, mengobservasi, mewawancarai dan mengidentifikasi pengunjung maupun staf museum guna mengetahui keinginan dan kebutuhan saat berada di gedung museum. Data yang dikumpulkan berupa data kualitatif tentang apa yang dilakukan, dirasakan dan motivasi saat berkunjung ke Museum Radya Pustaka Surakarta dan disimpulkan menjadi *problem statement*. Kemudian tahap kedua adalah *Define* dengan cara mendefinisikan setiap poin-poin permasalahan yang didapat dari tahap sebelumnya sehingga mendapatkan sebuah wawasan (*insight*). Wawasan yang didapat kemudian dianalisis dengan metode *How-Might-We* yang mengubah sudut pandang permasalahan menjadi sebuah pertanyaan yang didahului dengan kata “bagaimana mungkin kita”. Pada tahap ini dilakukan dengan kelompok diskusi terarah yang diminta untuk menuangkan ide-ide dalam bentuk pertanyaan yang tidak terlalu luas atau sempit.

Tabel 1. Analisis *How Might We* tentang Permasalahan Pengunjung
(Sumber: Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2020)

Poin Permasalahan	<i>How Might We</i>
Pengunjung individu atau kelompok kecil harus menanyakan lebih detail tentang informasi koleksi benda cagar budaya karena papan informasi yang tersedia sangat terbatas dan hanya mencakup informasi secara umum.	Bagaimana mungkin kita membuat media informasi yang dapat diakses dengan mudah oleh pengunjung individu maupun rombongan dan tidak memiliki batasan dalam memuat informasi?
Pengunjung rombongan dengan jumlah lebih dari 10 orang yang ditemani seorang pemandu kadang tertinggal karena tidak terdengar informasi yang disampaikan dan media yang bisa disimak.	Bagaimana mungkin kita merancang sebuah media yang dapat digunakan oleh pengunjung rombongan dengan jumlah lebih dari 10 orang dan dapat disimak saat pemandu menjelaskan informasi tentang koleksi benda cagar budayanya?

Pengunjung rombongan dari Sekolah dasar maupun pra sekolah dasar tidak terlalu tertarik dengan informasi yang diterangkan oleh pemandu dan hanya tertarik pada koleksi benda cagar budaya secara langsung.	Bagaimana mungkin kita merancang media informasi yang dapat menarik minat anak sekolah dasar maupun pra sekolah dasar untuk memahami informasi yang dimiliki setiap koleksi benda cagar budaya?
Pengunjung dengan tujuan penelitian merasa kesulitan untuk memahami arsip tentang koleksi benda cagar budaya dan apabila jarak tempat tinggal yang jauh dari museum harus mendatangi museum untuk menemukan informasinya.	Bagaimana kita mungkin merancang media informasi yang dapat mempermudah seorang peneliti dalam menemukan informasi tentang koleksi benda cagar budaya dan dapat diakses dimanapun?
Pengunjung mancanegara mendapati informasi koleksi benda cagar dengan bilingual bahasa namun hanya menjelaskan secara umum saja.	Bagaimana mungkin kita dapat merancang media informasi dengan bilingual Bahasa dan mampu memuat informasi lebih lengkap?

Selanjutnya pada tahap *Ideate* (ideasi) masih dilakukan dengan kelompok diskusi terarah yang ikut membantu menjawab dari pertanyaan yang ditemukan pada tahap sebelumnya. Partisipan diskusi menjawab sebanyak mungkin kemudian dikumpulkan dan dibuatkan *mind map* (peta pemikiran) yang akan memudahkan saat menentukan solusi dari permasalahan dalam perancangan identitas maupun desain antar muka website katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta. Tahap selanjutnya adalah *Prototype* (purwarupa) yang dimulai dari perancangan sketsa kasar (*low-fidelity*) dan dilanjutkan ke bentuk tampilan siap uji coba (*high-fidelity*).



Bagan 1. Skema Perancangan
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2019)

PEMBAHASAN

Museum Radya Pustaka Surakarta yang sudah berusia lebih dari satu abad merupakan museum tertua kedua setelah *Bataviaasch Genootschap* (Museum Gajah) yang kini bernama Museum Nasional yang didirikan oleh Belanda pada tahun 1778 di Batavia. Akan tetapi, Museum Radya Pustaka Surakarta merupakan museum pertama ciptaan bangsa sendiri (Santoso, 1990: 55). Museum Radya Pustaka Surakarta pada tahun 2018 tercatat memiliki kurang lebih 15.000 koleksi benda cagar budaya dari peninggalan zaman Mataram-Hindu-Budha, Kerajaan Majapahit sampai Keraton Kasunanan Surakarta. Koleksi benda cagar budaya disimpan dan dipamerkan sesuai dengan kategorinya dan dibagi ke sebelas ruangan. Variasi bentuk dan ukuran yang berbeda juga dipamerkan dalam format yang berbeda, koleksi yang memiliki ukuran kecil sampai dedaung dan masa berat ringan dipamerkan di dalam lemari pajang (vitrin) dan koleksi dengan ukuran besar dan masa beratnya besar dipamerkan di berbagai kondisi seperti di lantai, dinding, panggung dan rak terbuka. Sistem pengklasifikasian pada lemari pajang, menggunakan kode V dan angka dari

001-034. Pengklasifikasian diurutkan dari ruang depan dan dilanjutkan ke ruang-ruang selanjutnya, sehingga memudahkan dalam proses pencariannya.

Tujuan Kreatif

UPT. Museum Surakarta yang membawahi museum-museum di Surakarta memiliki misi untuk mewujudkan museum sebagai tempat wisata edukasi dan sumber pengetahuan tentang sejarah dan kebudayaan. Untuk memenuhi tujuan tersebut, Museum Radya Pustaka Surakarta sebaiknya memiliki fasilitas dan layanan untuk publik atau pengunjung dalam menyampaikan informasi dari setiap koleksinya. Perancangan website katalog digital berujuan sebagai media layanan informasi untuk memudahkan pengunjung dalam mengakses informasi yang terkait dengan koleksi benda cagar budaya milik Museum Radya Pustaka Surakarta. Dengan memperhatikan desain antar mukanya, website katalog digital diharapkan mampu mempengaruhi emosi pengguna baik dari segi pengalaman pengguna (UX) maupun tampilannya (UI) sehingga pengguna merasa nyaman dan mampu mengoperasikannya.

Strategi Kreatif

Banyaknya jumlah koleksi benda cagar budaya dan sedikitnya informasi yang terpasang, membuat pengunjung merasa bingung saat mempelajari informasi secara mandiri. Museum Radya Pustaka Surakarta membutuhkan pengelolaan layanan informasi yang adaptif dengan perkembangan pola hidup masyarakat yang sering memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mencari suatu informasi. Media *online* kini menjadi pilihan utama dalam kemudahan akses informasi sehingga cocok untuk dijadikan sebagai platform untuk website katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta. Strategi kreatif dari perancangan website katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta yang menjadi pedoman dan Batasan dalam perancangannya.

a. Tujuan

- 1) Menjadi media layanan informasi bagi pengunjung Museum Radya Pustaka Surakarta tentang koleksi benda cagar budaya.
- 2) Memberikan pengalaman yang menyenangkan terhadap pengunjung sehingga dapat mempengaruhi emosi positif penggunanya.
- 3) Menjadi panduan saat berkunjung ke Museum Radya Pustaka Surakarta dengan memperhatikan alur pemakaian yang sesuai dengan urutan lokasi ruang pameran dan koleksi benda cagar budaya.

b. Segmentasi

- 1) Demografis
-

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
Usia : 12 -22 tahun
Pekerjaan : Pelajar(SMP dan SMA/SMK) dan Mahasiswa
Ekonomi : Menengah kebawah dan keatas
Bahasa : Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa
- 2) Geografis
Domisili : Perkotaan/Urban dan Kota Pinggiran/Sub Urban
- 3) Psikografis
Pengunjung Museum Radya Pustaka Surakarta maupun penyuka ilmu sejarah dan kebudayaan yang familiar dengan teknologi dan memiliki rasa ingin tahu tentang sejarah dan budaya.
- 4) *Behaviour*
Pengunjung Museum Radya Pustaka Surakarta yang membawa gawai pribadi dan membutuhkan layanan dan kemudahan akses informasi.

Strategi Komunikasi

Memilih gaya bahasa yang sederhana dalam setiap komunikasi *website* katalog digital maupun pada kegiatan promosinya. Komunikasi secara verbal menggunakan pemilihan kata yang tidak kaku dan lebih bersahabat, dan komunikasi secara visual menggunakan elemen-elemen visual yang jelas dan tidak bermakna ganda, terutama pada ikon dan tombol navigasi.

Konsep Identitas Produk

Membangun karakter suatu produk memerlukan identitas secara verbal maupun visual. Metode kelompok diskusi terarah digunakan untuk mencari beberapa data yang digunakan pada perancangan identitas verbal dan visual. Melibatkan lima orang partisipan dan satu orang fasilitator dengan cara memberikan suatu topik diskusi, kemudian masing-masing partisipan diminta untuk memberikan pendapatnya. Output dari diskusi untuk memberikan masukan dan bahan pertimbangan dari semua hal yang berkaitan dengan perancangan identitas produk dan website katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta.

a. Konsep Identitas Verbal

1) Visi dan Misi

Menjadi sebuah layanan untuk kemudahan akses informasi bagi pengunjung Museum Radya Pustaka Surakarta.

2) Brand Tone and Voice

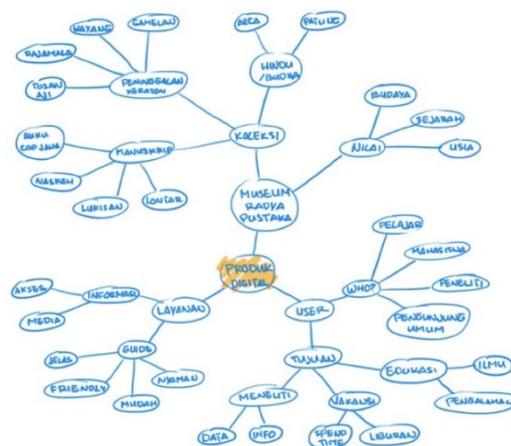
Karakter yang dibangun berdasarkan keinginan produk untuk menjangkau semua kalangan dari target audien, namun tetap tidak kehilangan karakter bijaksana dan wibawa yang sudah melekat dengan Museum Radya Pustaka Surakarta.

Voice	Definisi	Batasan	
Jelas	Menerangkan sesuatu dengan jelas adalah keutaman dari katalog digital sehingga memudahkan pengguna dalam pemakaiannya. Pengalaman yang menyenangkan akan memberikan kesan yang lebih baik.	yang dilakukan... mudah, fokus, sederhana.	tapi bukan... asal, ekstrim.
Bijaksana	Aplikatif dengan berbagai suasana, sehingga dapat diterima di berbagai kalangan.	yang dilakukan... fleksibel, dinamis.	tapi bukan... kaku.

Gambar 1. Grafik *Brand Voice and Tone*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

3) Brand Line (Slogan)

Penggunaan kalimat pendek dan mudah dipahami dari segi penamaan dan pengucapan akan lebih mudah diingat dalam benak konsumen. Pemilihan kalimat pendek sebagai *brand line* dilakukan dengan metode diskusi kelompok terarah dengan menentukan tema utama dalam pesannya. Ide-ide yang didapatkan dalam diskusi kelompok terarah kemudian dibuatkan *mind map* (peta pemikiran) dan dipilih sesuai kesepakatan dan dikembangkan menjadi beberapa alternatif *brand line* atau slogan untuk katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta.



Gambar 2. *Mind Mapping*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

Dari poin-poin *mind mapping* yang dihasilkan, kemudian dipilih dua poin penting yang menjadi *keyword* untuk tema utama *brand line* adalah koleksi ikonik

canthik Rajamala dan sifat *fireindly* (bersahabat). *Canthik* perahu Rajamala memiliki cerita dan sejarah Panjang dalam mengarungi sungai terpanjang di Pulau Jawa, yaitu Sungai Bengawan Solo. Kemudian cerita dan sejarah singkat tentang *canthik* perahu Rajamala dikaitkan dengan sifat *friendly* agar komunikasinya bisa lebih direima oleh berbagai kalangan target audiens. Dari kedua kata kunci tersebut menghasilkan beberapa alternatif *copywrite* untuk brand line-nya, diantaranya.

- a) "Let Our History to Inspire You"
- b) Jelajah Bersama Museum Radya Pustaka Surakarta"
- c) "See Our History Differently"
- d) "Connecting Your Past and Future"

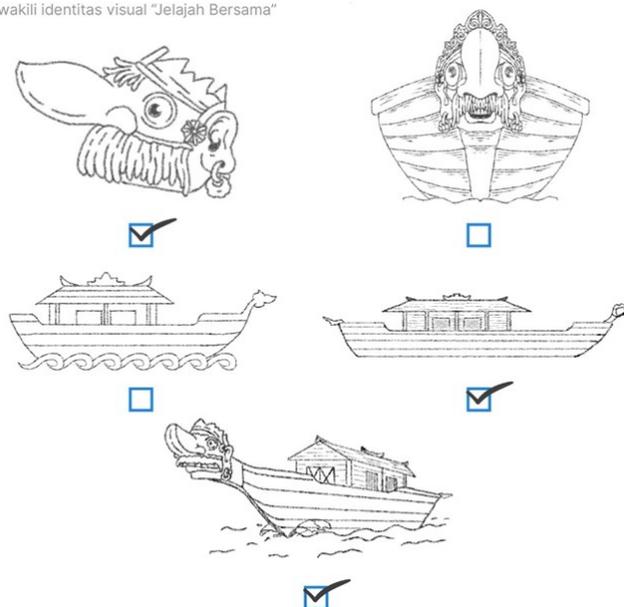
Slogan "Jelajah Bersama" terpilih karena segi penamaanya yang lebih singkat dan menggunakan bahasa nasional yang lebih sering didengar oleh masyarakat sehingga mudah diingat.

b. Konsep Identitas Visual

1) Logo

Unsur penting yang harus ada dalam logo adalah bentuk *canthik* perahu Rajamala kemudian dikombinasikan dengan sifat *friendly* yang dapat divisualisasikan dengan karakter yang menyenangkan.

mewakili identitas visual "Jelajah Bersama"



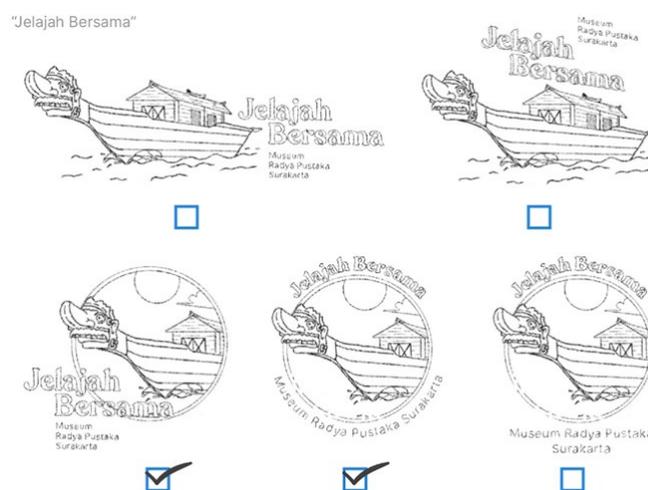
Gambar 3. Logogram Terpilih
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

Jenis huruf "Recoleta" dipilih karena memiliki karakter *rounded* pada bagian sudut huruf dan *stroke* pada beberapa huruf memiliki bentuk menyerupai sulur daun dan tangkai pada batik. Kemudian jenis huruf "Inter" pada sub-*heading* pada *brand line* dipilih karena jenis huruf *sans serif* memiliki tingkat keterbacaan yang jelas walaupun pada penggunaan ukuran yang kecil dan memiliki keluarga huruf lengkap.



Gambar 4. Alternatif Tipografi pada *Brand Line*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2020)

Penerapan logogram dengan jenis huruf terpilih menggunakan bentuk dasar persegi dan lingkaran yang kemudian akan dipilih salah satu bentuk yang mampu mempresentasikan citra dari katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta.



Gambar 5. Logo *Brand Line* Terpilih
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

2) Tipografi

Pemilihan kedua jenis huruf tersebut tidak hanya digunakan dalam identitas visual saja, namun juga dapat digunakan setiap kegiatan promosi maupun hal lainnya. Jenis huruf Recoleta digunakan sebagai *head copy* dan jenis huruf Inter digunakan sebagai *body copy*-nya.

primer		sekunder	
	Recoleta		Inter
Regular	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890	Regular	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890
Medium	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890	Medium	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890
SemiBold	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890	SemiBold	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890
Bold	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890	Bold	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890
Black	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890	Black	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

Gambar 6. Keluarga Huruf Recoleta dan Inter
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

3) Warna

Warna biru dan kuning dijadikan sebagai identitas visual karena mengambil referensi dari warna interior dalam gedung museum.



Gambar 7. Skema Warna dalam Identitas Visual
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

Pengaplikasian semua konsep desain dibuat menjadi purwa rupa logo katalog digital Jelajah Bersama Museum Radya Pustaka Surakarta. Menggunakan warna dominan biru dan warna sekunder kuning yang mampu menampilkan citra dengan elemen warna yang ada di Museum Radya Pustaka Surakarta.



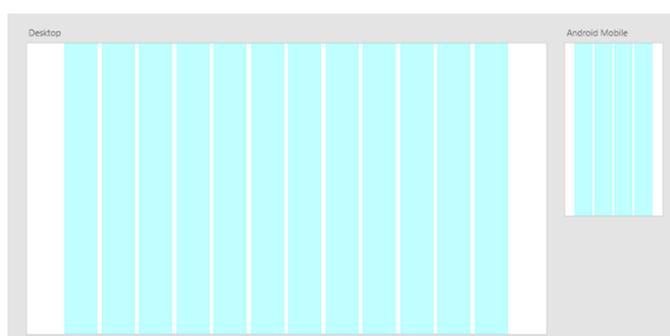
Gambar 8. *Prototype* Logo Jelajah Bersama
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

Konsep Desain Antar Muka

Konsep utama perancangan desain antar muka menggunakan ilustrasi yang memenuhi atau mendominasi setiap halaman di dalam katalog digitalnya, atau istilah lainnya penggunaan *hero image* dalam *website*. penggunaan konsep *hero image* ini mengambil referensi dari portofolio Studio Vor. Berfokus pada kekuatan visual yang menarik minat pengguna untuk menelusuri *website* lebih jauh lagi.

c. Pemilihan Resolusi Layar

Resolusi layar *desktop* akan menggunakan resolusi layar maksimal atau *high definition* (HD) pada *desktop* yaitu 1920px x 1080px, dan untuk resolusi layar pada perangkat *mobile* menggunakan resolusi paling kecil yaitu 360 x 640px.



Gambar 9. Resolusi Layar *Desktop* dan *Mobile*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

d. Website Guideline

1) Warna



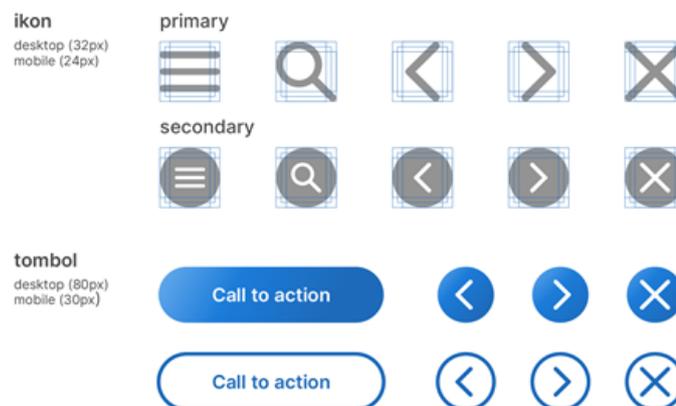
Gambar 10. Skema Warna pada Perancangan Desain Antar Muka
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

2) Tipografi

	Recoleta	Inter
versi desktop	Headcopy 1 80pt/90pt	Bodycopy 1 26pt/46pt
	Headcopy 2 60pt/70pt	Bodycopy 2 24pt/36pt
	Headcopy 3 40pt/50pt	Bodycopy 3 22pt/34pt
versi mobile		Bodycopy 4 20pt/32pt
		Button 1 24pt/28pt
		Label 1 22pt/26pt
		Label 2 14pt/16pt
versi mobile	Headcopy 1 26pt/30pt	Bodycopy 1 16pt/24pt
	Headcopy 2 20pt/26pt	Button 1 16pt/22pt
		Button 2 10pt/12pt
		Label 1 14pt/18pt

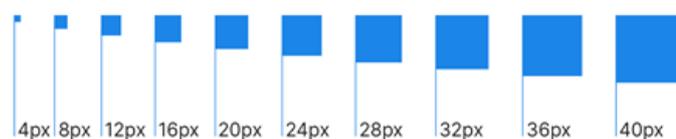
Gambar 11. Hierarki Tipografi pada Perancangan Desain Antar Muka (Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

3) Navigasi



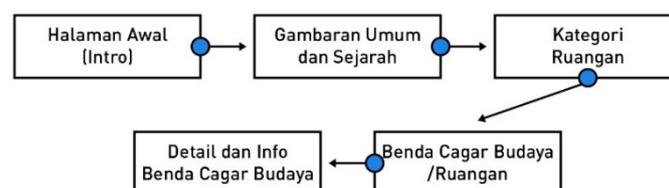
Gambar 12. Navigasi dan tombol pada Perancangan Desain Antar Muka (Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

4) Margin



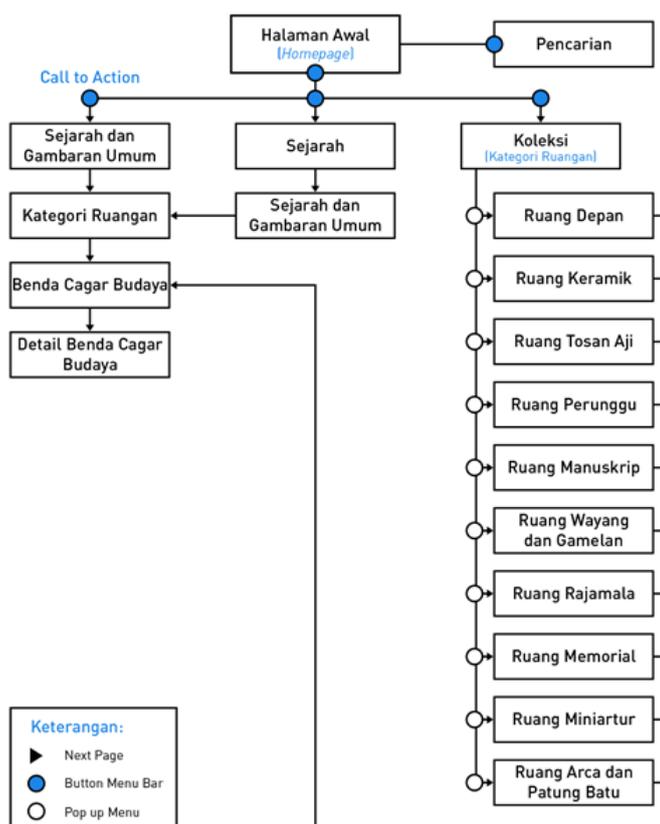
Gambar 13. Margin pada Perancangan Desain Antar Muka (Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

e. User Flow (Alur Pengguna) dan Sitemap



Gambar 14. *User Flow Website Katalog Digital*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

Setelah dengan alur penggunaan sesuai dengan urutan pengkategorian katalognya, untuk menyempurnakan sistem layanan ditambahkan dengan fitur-fitur penunjang apabila pengguna ingin kembali atau pergi ke halaman-halaman yang diinginkan. Dibuatlah tombol navigasi yang dapat mempermudah pengguna menuju ke halaman yang diinginkan secara langsung, yaitu dengan menambahkan *menu bar* “koleksi” yang berisi turunan ruangan-ruangan yang ada dan *search bar* dengan memasukkan kata kunci yang diinginkan. Fitur yang saling melengkapi dan mempermudah pengguna dalam mengakses *website* katalog digital sehingga kenyamanan dan kepuasan pengguna dapat terpenuhi. Berikut gambaran penuh *sitemap website* katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta.

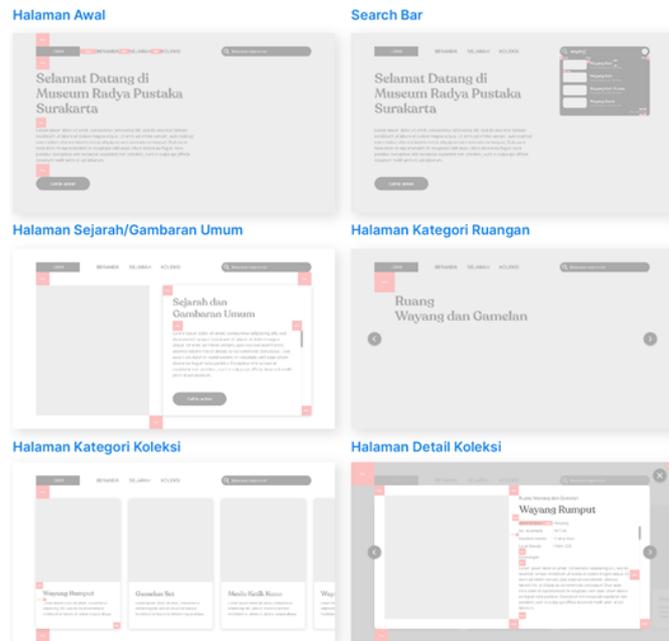


Gambar 15. *Sitemap Website Katalog Digital*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

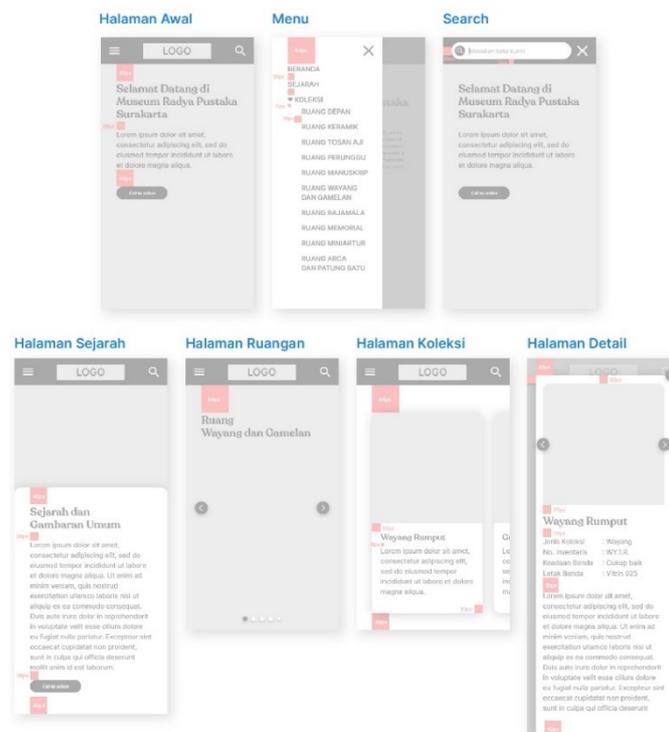
f. *Wireframe*

Perancangan *wireframe* dibuat menjadi dua versi yaitu versi *desktop* dan *mobile* karena agar *website* katalog digital dapat bekerja maksimal di berbagai resolusi layar

perangkat (responsif). Perancangan *wireframe* melibatkan lima orang partisipan dalam diskusi kelompok terarah untuk menentukan setiap halaman yang akan dirancang. Perancangan *wireframe* dimulai dengan halaman awal, halaman sejarah (gambaran umum), halaman kategori ruangan, halaman koleksi dalam ruangan dan halaman detail koleksi benda cagar budaya.



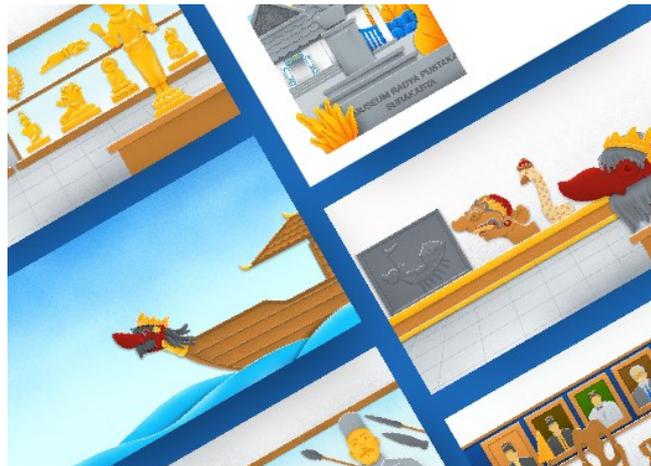
Gambar 16. *Wireframe High Fidelity Versi Desktop*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)



Gambar 17. *Wireframe High Fidelity* Versi *Mobile*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

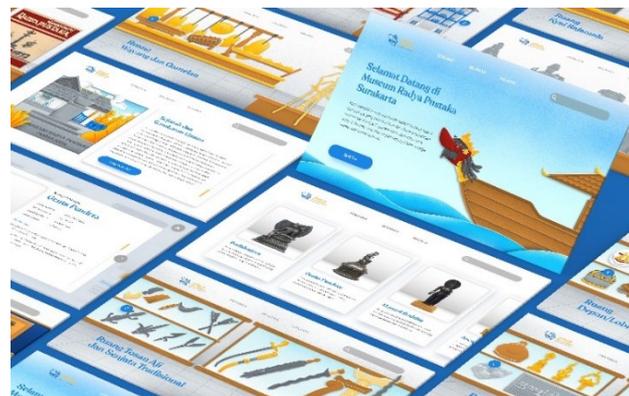
g. Ilustrasi

Konsep ilustrasi mengambil referensi dari bentuk dasar wayang yang juga memiliki bentuk dua dimensi (*flat*). Dalam proses perancangannya konsep yang digunakan untuk membuat ilustrasi adalah menggunakan gaya desain ilustrasi *flat skeumorphich design* yang sesuai dengan konsep *simplicity* sebagai prinsip desain yang diacu untuk *website* katalog digital.

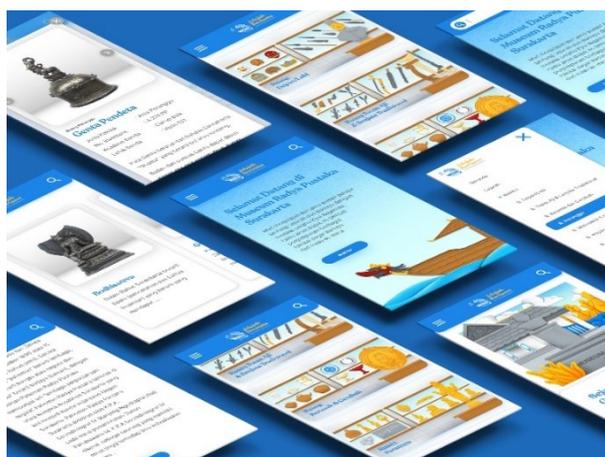


Gambar 18. Ilustrasi Desain Antar Muka katalog digital
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

h. Desain Antar Muka



Gambar 19. Desain Antar Muka Katalog Digital Tampilan *Desktop*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)



Gambar 20. Desain Antar Muka Katalog Digital Tampilan *Mobile*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

Konsep Promosi

Kegiatan promosi dengan mengadakan diskusi online yang diisi dengan acara peluncuran website katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta karena situasi pandemi saat ini. Kegiatan promosi akan dilangsungkan selama satu hari di bulan Desember 2020 dengan mengusung tema Festival Budaya dan Sejarah Akhir Tahun. Acara diskusi akan dilakukan secara daring dengan aplikasi Zoom maupun *live* Instagram agar dapat diikuti oleh banyak partisipan.

i. Produk

Nama produk : Jelajah Museum Radya Pustaka Surakarta
Jenis Produk : Katalog digital Museum Radya Pustaka Surakarta.

j. *Brand Knowledge*

Brand Positioning : Sarana dan layanan yang membantu pengunjung Museum Radya Pustaka Surakarta dalam menemukan informasi disetiap koleksi benda cagar budaya

Brand Essence : Eksplorasi sejarah dan budaya bersama Museum Radya Pustaka Surakarta dengan nyaman

k. Target Audiens

Demografis : Pelajar (SMP dan SMA/SMK) dan Mahasiswa tingkat awal, usia 12-20 tahun

Geografis : Kota Surakarta dan Sekitarnya

- Psikografis : Pelajar dan mahasiswa yang tertarik pada edukasi budaya/sejarah dan familiar dengan teknologi khususnya media *online*
- Behaviour : Pengguna media sosial yang memanfaatkan untuk menambah ilmu dan wawasan

1. Pesan Komunikasi

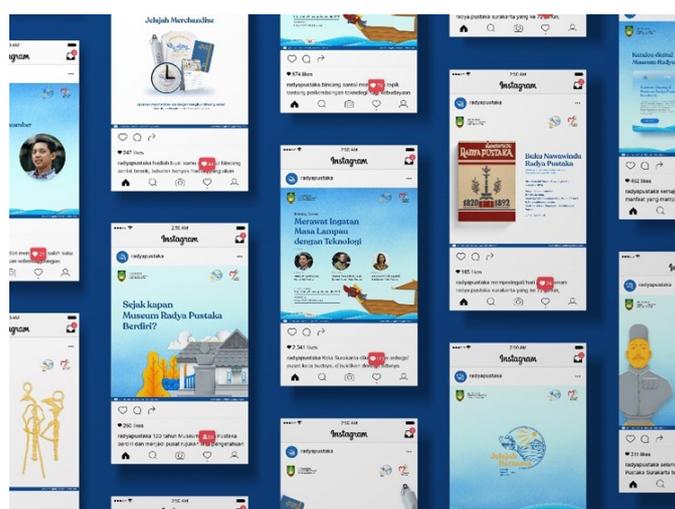
Pengenalan produk digital (katalog) Museum Radya Pustaka Surakarta melalui diskusi *online* tentang sejarah dan kebudayaan di Kota Surakarta.

m. Consumer Journey

Consumer Journey dilakukan pada tiga kategori golongan pelajar yang bersekolah di area Kota Surakarta yaitu tingkat SMP, SMA dan mahasiswa yang merangkum kegiatan selama satu hari. Hasil yang didapat media promosi yang sering bersinggungan dengan responden adalah iklan di media sosial Instagram dan YouTube. Kemudian responden dalam kondisi sekarang ini sering menggunakan Whatsapp untuk berkomunikasi baik keperluan akademik maupun non formal.

n. Media Sosial Instagram

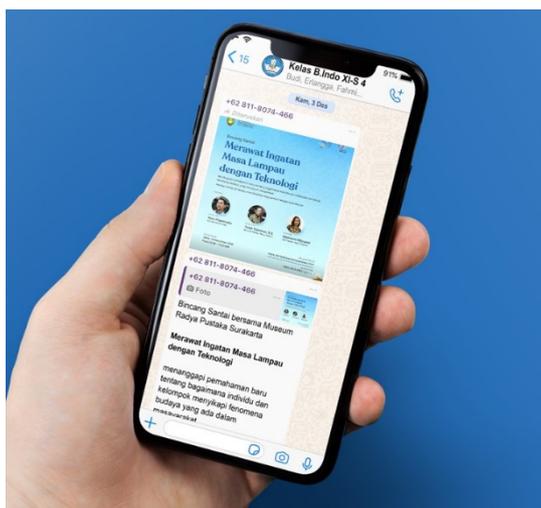
Strategi promosi menggunakan media sosial Instagram akan berjalan selama satu bulan dan akan mengunggah konten setiap minggunya 3 kali. Pengunggahan konten juga akan disesuaikan dengan *prime time* audien yang disasar yaitu pada pagi pukul 09.00 WIB karena pada kondisi saat ini audien belum terlalu sibuk dengan kegiatan sekolah daringnya.



Gambar 21. Desain Promosi Media Sosial Instagram (Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

o. Poster/Flyer Digital

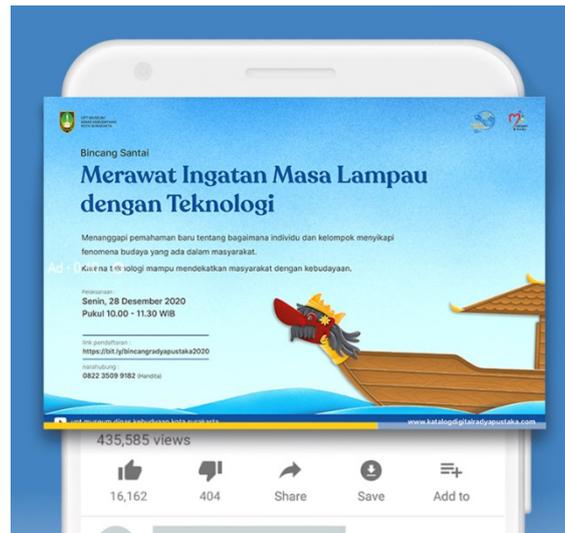
Sasaran dari promosi menggunakan poster/flyer digital ini dapat disebar melalui media sosial whatsapp untuk menginfokan di grup-grup akademisi maupun grup non formal. Poster digital dibuat dengan format gif atau video gerakan mengulang-ulang pada bagian ilustrasi pendukungnya agar semakin menarik audiens yang melihat. Rasio ukuran yang digunakan adalah 1080 x 1440 pixel.



Gambar 22. Desain Promosi Poster/Flyer Digital
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

p. Iklan YouTube

Iklan pada YouTube berformat *in-stream* yang tidak dapat dilewati agar audien dapat melihat semua pesan yang ingin disampaikan dalam iklan tersebut. Durasi dari iklan ini adalah 15 detik yang berisi sama dengan poster utama acara diskusi online. Iklan akan menyasar pada konten-konten edukasi, game dan *vlog influencer* untuk menjangkau audien sesuai target dan mendapatkan *awareness*.



Gambar 23. Desain Promosi Iklan YouTube
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

q. *Merchandhise*

Pengaplikasian logo sebagai identitas katalog digital akan diterapkan ke dalam bentuk *merchandise* untuk mendukung kegiatan promosi saat acara diskusi online berlangsung dan setelah acara tersebut sebagai souvenir.



Gambar 24. Desain *Merchandise*
(Sumber : Dokumen Ivan Handita Kesoema, 2021)

SIMPULAN

Tugas akhir karya ini yang berjudul Perancangan Antar Muka *Website* Katalog Digital Museum Radya Pustaka Surakarta yang bertujuan untuk memberikan layanan informasi tentang koleksi benda cagar budaya yang ada di Museum Radya Pustaka Surakarta. Tidak hanya fokus terhadap perancangan antar muka, tugas akhir ini juga memperhatikan posisi/hierarki *website* katalog digital sebagai media layanan informasi yang dimiliki Museum Radya Pustaka Surakarta. *Website* katalog digital memiliki sebuah identitas sendiri untuk kebutuhan promosi maupun kampanye. Metode yang digunakan untuk merancang identitas dan antar muka *website* katalog digital adalah metode *Design Thinking* dengan

tahapan *Emphatise, Define, Ideate, Prototype, Test* dan *Implement*. Pada proses mencari konsep utama dilakukan dengan metode diskusi kelompok terarah sehingga sudah memenuhi kesepakatan dari semua partisipan kelompok diskusi.

Dimulai dengan merancang identitas (verbal dan visual) guna kebutuhan promosi atau kampanye, kemudian merancang antar muka (pedoman, *wireframe low-fidelity, wireframe high-fidelity*) dan yang terakhir kegiatan kampanye dengan media lini atas (Instagram, poster/*flyer* digital dan YouTube Ads). Media pendukung dalam promosi yaitu *merchandise* kaos, tumbler, *notebook*, gantungan kunci, enamel pin, kalender duduk, jam dinding dan stiker. Perancangan antar muka *website* katalog digital diharapkan dapat menjadi media layanan informasi untuk Museum Radya Pustaka Surakarta yang bisa membantu pengunjung dalam menemukan informasi.

Pada perancangan antar muka Museum Radya Pustaka ini masih ditemui keterbatasan yang mungkin dapat dilakukan oleh perancang lainnya yaitu mengaplikasikan teknologi AR (Augmented Reality) pada jelajah katalognya.

DAFTAR PUSTAKA

- Komarac, T. 2014. *A New World For Museum Marketing? Facing The Old Dilemmas While Challenging New Market Opportunities*. Journal Trziste, Vol. 26, No. 2, pp. 199-214.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Dede Triastanto. 2017. *Katalog Museum Kesehatan Surabaya Menggunakan Teknik Fotografi Sebagai Upaya Pengenalan Wisata Edukasi Terhadap Pelajar di Kota Surabaya*. Progam Studi Desain Komunikasi Visual Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya
- Hendry Setyawan Sutejo. 2012. *Perancangan Web Interface Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan Memperhatikan Aspek Usability*. Jurusan Teknik Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)
- Sismanto. 2008. *Manajemen Perpustakaan Digital*. Diambil dari <http://mkpd.wordpress.com/2008/09/08/kupas-buku-manajemen-perpustakaandigital/> diakses 06 Desember 2018, 19.00 WIB
- Susan Jayanti. 2012. *Perancangan Web sebagai Media Promosi Koleksi Naskah Kuno Minangkabau di Museum Adityawarman Sumatra Barat*. Progam Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Universitas Negeri Padang

Narasumber

Soemarni Wijayanti, Totok Yasmiran dan semua staff Museum Radya Pustaka Surakarta
