

BAB II. MUSEUM KOTA BANDUNG

II.1. Identitas Visual Museum

Museum berasal dari kata latin “*mouseion*”, yaitu monumen untuk sembilan Dewa Muze, keturunan Dewa Zeus yang bertugas untuk menghibur (Asiarto, 2008, h. 15). Sedangkan arti museum berdasarkan ICOM (*International Council of Museums*) merupakan suatu institusi yang sifatnya statis, tidak mengincar profit, melayani publik, serta perkembangannya terbuka bagi siapa saja, yang menghubungkan, memamerkan, memperoleh, dan merawat tujuan-tujuan studi, edukasi serta rekreasi, barang pembuktian manusia dan lingkungannya.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1995 dalam Pedoman Museum Indonesia, 2008. museum mempunyai tugas mengamankan, merawat, menyimpan, dan memanfaatkan koleksi museum sebagai benda cagar budaya. Dengan begitu museum mempunyai dua tugas utama yaitu:

- a. Sebagai ruang pelestarian, museum wajib melakukan penyelenggaraan sebagai berikut:
 - 1.) Restorasi, yang melingkupi pengumpulan barang menjadi koleksi, penataan benda dan pencatatan koleksi.
 - 2.) Pemeliharaan, yang meliputi pencegahan dan penanggulangan rusaknya koleksi.
 - 3.) Penjagaan, yang melingkupi aktifitas mengamankan dan melindungi koleksi dari kerusakan oleh akibat manusia maupun alam.
- b. Sebagai pusat informasi, museum menyelenggarakan kegunaan meliputi riset dan penyajian.
 - 1.) Riset dilaksanakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, kebudayaan, dan teknologi.

2.) Penyampaian wajib mempertimbangkan dari segi pelestarian dan pengamanannya.

Tugas museum yaitu sebagai institusi yang mendapat tugas mewariskan dan juga melestarikan budaya dengan cara mengumpulkan, memiliki, merawat, memamerkan, dan juga mengkomunikasikannya kepada khalayak (Sri Soejatmi, 1992, h. 2)

Menurut hasil musyawarah umum ke-11 *International Council of Museum (ICOM)* pada tahun 1974 di Denmark, ada beberapa fungsi utama dalam museum diantaranya yaitu:

- 1.) Penelitian dan dokumentasi
- 2.) Mengumpulkan dan mengamankan warisan alam dan budaya
- 3.) Konservasi dan preservasi
- 4.) Penyebaran dan pemerataan ilmu untuk umum
- 5.) Pengenalan dan penghayatan kesenian
- 6.) Penggambaran warisan alam dan budaya
- 7.) Cerminan perkembangan peradaban umat manusia
- 8.) Media untuk menyatakan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa

Identitas umumnya mengacu pada bagaimana orang menjawab pertanyaan, "Siapa Anda?" Pertanyaan ini dapat diajukan secara eksplisit ataupun implisit, pada tingkat pribadi maupun kolektif, kepada orang lain atau diri sendiri. Aliran pemikiran dalam literatur identitas cenderung menekankan baik konten pribadi maupun sosial dan baik proses pribadi ataupun proses sosial. Sebagai dasar awal, identitas adalah kapasitas manusia - yang mengakar dalam bahasa – demi mengetahui 'siapakah siapa' (dan karenanya 'apakah apa'). Ini juga melibatkan kita mengetahui siapakah kita, mengetahui siapa orang lain, dan seterusnya: klasifikasi multi-dimensi atau penggambaran dunia manusia juga tempat kita di dalamnya, sebagai individu maupun sebagai entitas kolektif (Ashton dkk., 2004, h.81). Pada prinsipnya, pengertian identitas berlaku untuk seluruh alam semesta makhluk, benda dan zat, serta manusia. Makna umumnya, non sosiologis, layak dipertimbangkan. *Oxford*

English Dictionary menawarkan akar dari latin - identitas, dari *idem*, 'kesamaan' - dan dua arti mendasar:

- Kesamaan objek, seperti dalam B1 identik dengan B2 tetapi tidak dengan C1;
- Konsistensi maupun kelanjutan dari waktu ke waktu yang menjadi fundamen untuk membangun dan memahami keabsahan dan kekhasan sesuatu.

Dari sudut manapun, pengertian identitas melibatkan dua kriteria perbandingan antara orang atau benda: kesamaan dan perbedaan. Melihat lebih jauh, kata kerja 'untuk mengidentifikasi' adalah pelengkap yang diperlukan sebuah identitas. Terdapat sesuatu yang aktif tentang identitas yang tak bisa diabaikan:

- Untuk mengklasifikasikan benda atau orang;
- Untuk mengasosiasikan diri dengan, atau melekatkan diri pada, sesuatu atau orang lain (seperti teman, tim olahraga atau ideologi).

Masing-masing menempatkan identitas dalam praktiknya: keduanya merupakan hal yang seseorang lakukan. Makna yang terakhir juga menyiratkan sebuah tingkat reflektivitas (Jenkins, 2008, h.17).

Mengidentifikasi diri kita sendiri, atau orang lain, merupakan perihal makna, dan makna selalu melibatkan interaksi: kesepakatan dan ketidaksepakatan, konvensi dan inovasi, komunikasi dan negosiasi. Mengingat hal itu, untuk tujuan sosiologis, identifikasi dapat didefinisikan secara sederhana sebagai; 'Identitas' menunjukkan cara individu ataupun kolektivitas dibedakan dalam hubungannya dengan individu dan kolektivitas lain (Jenkins, 2008, h.18).

Biasanya pencitraan (*branding*) adalah untuk menentukan identitas produk yang terlihat (*tangible*), yang secara publik mewakili produk itu sendiri. Namun, pencitraan pada museum merupakan cara untuk membedakan museum dari yang lain dari sudut pandang pengunjung (Kolb, 2005, h.16). Meskipun museum merupakan produk yang tak dapat dirasakan secara jelas (*intangible*), bukan berarti museum tidak perlu membangun *brand*-nya. Pencitraan (*branding*) pada museum

akan membantu museum memproyeksikan citra dan kepribadiannya yang dapat diidentifikasi oleh pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal museum. Pencitraan pada museum untuk menciptakan *brand* yang kuat akan mendorong kemampuan museum tersebut untuk bersaing dengan institusi budaya dan tempat wisata lainnya (Wallace, 2006, h.9).

Biasanya elemen pada sebuah *brand* umumnya menyertakan sebuah nama, logo, simbol ataupun slogan yang telah dirancang sedemikian rupa untuk membuat audiens mengenali produk tersebut (Hill dan O'Sullivan, 2012, h.129). Oleh karena itu, ketika museum berperan sebagai sebuah produk, identitas museum yang akan membantu dalam membangun *brand*-nya pada dasarnya harus terdiri dari nama museum, logo, slogan, atau kombinasi ketiganya (Kolb, 2005, h.132). Meskipun demikian, sebuah *brand* museum yang berkelanjutan tidak hanya berbicara tentang nama ataupun logo. Untuk menjadi sebuah *brand* yang berkelanjutan, ada tiga kriteria yang harus dipenuhi museum, kriteria tersebut adalah keaslian, emosi, keterlibatan dan diferensiasi (French dan Runyard, 2011, h.71).

Keaslian yang berarti museum harus memenuhi pesan *brand* tersebut, yang pada akhirnya harus menjadi tujuan museum. Emosi dan keterlibatan yang berarti *brand* harus memiliki kemampuan untuk membangkitkan respon emosional yang bisa membuat ketertarikan bagi museum itu sendiri maupun pengunjungnya. Diferensiasi berarti kemampuan untuk mengidentifikasi keunikan dalam koleksi dan pengalamannya. Argumen ini patut dipertimbangkan karena untuk membangun sebuah *brand* loyalty yang menjadi tujuan pencitraan (*branding*), jika hanya nama dan logo saja tidak akan mampu membuat pengunjung tiba-tiba merasa terikat secara emosional, namun mereka harus mengalami secara langsung apa yang dapat museum tersebut tawarkan. lalu menghubungkannya dengan *brand* tersebut. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa nama dan logo merupakan elemen pertama yang dapat dihadirkan kepada publik, namun tidak dapat bertindak untuk menjelaskan, menyampaikan, ataupun menghadirkan kepribadian museum secara persis seperti tindak keaslian, emosi, atau diferensiasi. Oleh karena itu, ketiga

kriteria di atas inilah yang menjadi 'suplemen' yang dapat memenuhi peran *branding* untuk meningkatkan eksposur museum tersebut.

II.2. Museum Kota Bandung

Museum Kota Bandung merupakan museum yang berada di Jalan Aceh No. 47 Kota Bandung, letaknya berhadapan dengan gedung BPG (*Bandung Planning Gallery*) yang telah disahkan oleh Wali Kota Bandung Oded M. Danial di tanggal 31 Oktober 2018. Museum ini memiliki dua buah bangunan, bangunan pertama merupakan bangunan lama yang dahulunya adalah *Frobelschool* (Sekolah Bermain Kanak-Kanak) yang dibangun oleh kelompok *Vrijmetselarij* (*Freemasonry*) Bandung yang mana *Loge Sint Jan* menjadi tempat perkumpulannya. Berikutnya, gedung baru yang berada tepat di belakang gedung lama. Bangunan yang belum lama didirikan ini tak semata jadi destinasi anyar untuk publik, namun juga menjadi wahana edukasi tentang sejarah terciptanya Kota dan Kabupaten Bandung juga perkembangan budaya, teknologi, dan seni.

Bangunan lama Museum Kota Bandung didirikan pada tahun 1920, sebagai *Frobelschool* (Sekolah Taman Kanak-Kanak) milik *Loge Sint Jan*, kelompok *Vrijmetselarij* (*Freemasonry*) Bandung.

Loge Sint Jan dari kelompok *Vrijmetselarij*, yang dibangun di Bandung pada tanggal 23 November 1880, mendirikan *Frobelschool* (Sekolah Bermain Kanak-Kanak) di tahun 1898 melalui pinjaman gedung Paseban di Pendopo Kabupaten. Setelah itu melalui sumbangan yang telah dikumpulkan mereka berhasil mendirikan bangunan sendiri di depan kantor *Loge Sint Jan* (sekarang Masjid Al-Ukhuwah) dan telah sah dibuka pada tanggal 25 Agustus 1900. *Frobelschool*, yang dimulai dengan 13 anak didik di awal diresmikannya, berkembang cepat, sampai pada tahun 1920 mempunyai 290 anak didik, terdiri dari 178 anak pribumi dan 112 anak Eropa.

Pada tahun 1920, *Frobelschool* bertempat di gedung baru di *Verlengte Atjehstraat* yang sekarang menjadi bangunan depan Museum Kota Bandung ini. Lahan dan gedung dibagikan oleh *Gemeente Bandoeng* dengan maksud penukaran atas tanah lama yang akan diperuntukkan sebagai markas *Gemeente Bandoeng* (Balai Kota).

Kegiatan *Frobelschool* juga *Freemasonry* lainnya berhenti seiring Nusantara telah berhasil dikuasai oleh Jepang. Upaya untuk meneruskan kembali kegiatan *Freemasonry* mengalami kegagalan pasca kemerdekaan. Di tahun 1950-an, gedung ini sempat dipergunakan sekolah Yahua lalu diambil alih oleh pemerintah di tahun 1960-an. Tahun 1962, pemerintah Indonesia telah sah melarang kegiatan kelompok *Freemasonry* dan semua aset dan gedung milik mereka berhasil dinasionalisasi oleh pemerintah. Gedung yang merupakan Sekolah Pendidikan Olahraga dan Gedung KONI dan juga merupakan aset pemerintah Provinsi Jawa Barat, pada tanggal 22 Januari 2013 dihibahkan kepada Pemkot Bandung juga dimanfaatkan oleh Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Bandung. Gedung ini diresmikan sebagai Bangunan Cagar Budaya Kelas A No. 19 Tahun 2009 oleh Pemkot Bandung. Tahun 2018, gedung ini telah sah ditentukan sebagai bagian dari bangunan Museum Kota Bandung. Konstruksi bangunan yang sempat mengalami perubahan di sana-sini dikembalikan dan direstorasi ke bentuk aslinya.

Hingga saat ini, Museum Kota Bandung hanya mempunyai dua ruangan saja yang dapat digunakan untuk umum, yang mana ke-2nya terletak di gedung lama.

1. Ruangan Pertama

Di ruangan pertama yang keberadaannya terletak dekat pintu masuk ini akan menyuguhkan berbagai tokoh penting di Kota Bandung melalui gambar seperti lini masa wajah wali kota Bandung dari waktu ke waktu, para sejarawan Kota Bandung, dan juga sejarah terbentuknya Kota dan Kabupaten Bandung.



Gambar II.1. Lini masa Wali Kota Bandung
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar II.2. Lini masa Wali Kota Bandung
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar II.3. Panel sejarah terbentuknya Kota dan Kabupaten Bandung
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar II.4. Sejarah terbentuknya Kota dan Kabupaten Bandung
(Sumber: Dokumen Pribadi)

2. Ruang Kedua

Pada ruangan kedua ini berisikan teks tentang perkembangan Kabupaten dan Kota Bandung yang diawali di tahun 1841 saat Kabupaten Bandung dibentuk, hingga saat Bangunan *Societeit Concordia* (sekarang Gedung Merdeka) dibangun pada tahun 1895.



Gambar II.5. Panel sejarah perkembangan Kota dan Kabupaten Bandung
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar II.6. Panel sejarah perkembangan Kota dan Kabupaten Bandung
(Sumber: Dokumen Pribadi)

II.3. Analisis

II.3.1. Studi Literatur

Dalam penelitian ini metode yang dipakai adalah studi literatur. Zed (2014) menjelaskan “pada sebuah riset pustaka (*library research*), penelusuran pustaka bukanlah langkah awal untuk menyiapkan kerangka penelitian (*research design*) tetapi dapat bermanfaat untuk menjadi sumber-sumber data suatu penelitian”. Data yang diambil dari jurnal dan buku yang berkaitan dengan data perancangan.

Studi kepustakaan adalah aktifitas yang diwajibkan dalam penelitian, khususnya penelitian akademik yang tujuan utamanya merupakan pengembangan aspek teoritis dan juga aspek kegunaan praktis. Studi kepustakaan dilakukan oleh setiap peneliti dengan tujuan utama yaitu mencari dasar pijakan / fondasi demi memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukan dugaan sementara atau disebut juga dengan hipotesis penelitian. Maka para peneliti

mampu mengelompokkan, mengorganisasikan, mengalokasikan, juga memanfaatkan variasi pustaka dalam bidangnya. Dengan melakukan studi kepustakaan, para peneliti memiliki pendalaman yang lebih luas dan mendalam terhadap objek masalah yang akan diteliti.

II.4. Resume

Resume dari perancangan ini adalah pencitraan profil identitas mengenai logo yang terdapat pada Museum Kota Bandung. Dalam hal identitas *brand*, umumnya jika berbicara tentang *brand*, orang biasanya akan berpikir tentang identitas visual *brand*, yaitu sebuah logo. Anehnya, Museum Kota Bandung tidak memiliki logo resmi yang mewakili langsung museum tersebut. Artinya, museum tidak memiliki simbol apa pun untuk digunakan sebagai tanda pengenal yang muncul pada brosur ataupun situs web museum. Walaupun terlihat pada halaman depan dan pintu masuk museum terdapat simbol ataupun lambang daerah Kota Bandung, akan lebih baik jika museum memiliki logo resminya tersendiri nan otentik yang dapat dikenali langsung setiap kali orang melihatnya. Memiliki logo resmi tersendiri dapat menjadi keuntungan bagi museum dikarenakan logo tersebut dapat diaplikasikan pada setiap *touchpoints* visual lainnya yang ada dan terutama pada berbagai terbitan. Logo merupakan sesuatu yang penting dalam hal *branding* karena merupakan aspek paling fundamental dari sebuah *branding* yang paling mudah untuk diperhatikan. Karenanya logo merupakan sesuatu yang dirancang untuk menguatkan profil dan juga nilai kognitif museum.

II.5. Solusi Perancangan

Mengacu pada resume diatas maka dapat diambil permasalahan bahwa pentingnya sebuah *branding* bagi museum. Dalam perancangan ini penulis akan merancang sebuah logo sebagai bagian dari identitas visual maupun *branding* dari Museum Kota Bandung.