

PERANCANGAN *SIGNAGE DIGITAL* MUSEM BALLA LOMPOA

Emmy Umasita, Irfan, Dian Cahyadi

Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar

emhyemmy@gmail.com

irfanridh@unm.ac.id

diancahyadi171@gmail.com

ABSTRAK

Layanan di museum adalah layanan jasa, oleh karena itu sangat penting untuk menciptakan kepercayaan, kepuasan bagi pengguna dalam memberikan pelayanan. Salah satu usaha untuk memperbaiki layanan adalah dengan memenuhi kebutuhan pengunjung akan informasi koleksi dan benda pusaka secara lengkap. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan *signage digital* yang dapat mengatur informasi dan tata alur ruangan dalam lingkup Museum Balla Lompoa agar pengunjung merasakan kemudahan, kenyamanan untuk mendapatkan informasi. Metode yang digunakan yaitu pengumpulan data (survey literatur), wawancara pada penanggung jawab Museum Balla Lompoa, observasi, identifikasi masalah, gagasan pemecahan masalah, pembuatan konsep desain, pembuatan konsep kreatif, proses kreatif, hasil kreatif, penyempurnaan, dan produk akhir. Dengan tercapainya sebuah *signage digital* yang komunikatif dan sederhana dengan mengangkat lokal konten sebagai bahan pemikiran dalam perancangan ini diharapkan dapat menciptakan citra positif serta pelayanan yang memuaskan bagi pengunjung akan keingintahuan tentang informasi koleksi dan benda pusaka. Hal ini tentunya akan mendorong setiap pengunjung untuk merasa puas dan nyaman ketika mengunjungi Museum Balla Lompoa.

Kata Kunci: *Signage; Digital; Museum; Balla Lompoa*

1. PENDAHULUAN

Sejak berabad-abad tahun yang lalu, tanda dikenal sebagai alat komunikasi, seperti rambu-rambu lalu lintas dan tanda pengenalan bangunan. Dapat dibayangkan betapa sukarnya bila lalu lintas tidak dilengkapi dengan rambu-rambu, dan demikian juga halnya bila semua bangunan tidak mempunyai nama dan alamat. Salah satu fungsi sign system adalah untuk memudahkan pengunjung di suatu tempat untuk menuju kesuatu tempat dengan cepat dan tepat. Selain itu sign system dapat menghemat waktu dan tenaga, misalnya suatu gedung atau tempat wisata yang mempunyai sign system yang benar tidak memerlukan tenaga untuk memberikan atau menunjukkan informasi mengenai arah kesuatu tempat kepada setiap pengunjung.

Bahasan pada proyek akhir ini, penulis akan merancang sebuah *signage digital* pada Museum Balla Lompoa. Sebagai salah satu situs peninggalan sejarah dan budaya Kerajaan Gowa pada masa lalu yang sampai saat ini masih tetap terjaga sehingga menjadi salah satu wisata budaya yang banyak menarik perhatian

kalangan masyarakat yang ada dibidangnya baik itu wisatawan mancanegara maupun lokal.

Museum Balla Lompoa yang berada di Jalan K.H. Wahid Hasyim No. 39, Sungguminasa-Gowa, Sulawesi Selatan. Merupakan salah satu tempat kunjungan wisata di Kabupaten Gowa. Terkenal akan kemegahan bangunan, serta benda-benda koleksinya.

Sebagai salah satu sarana untuk masyarakat umum, Museum Balla Lompoa sudah sepatutnya menjadi tempat yang menyenangkan, nyaman sekaligus aman agar wisatawan khususnya masyarakat setempat dapat mengunjungi museum tersebut dengan suka cita. Untuk itu pengelola dituntut bagaimana memperhatikan kondisi fisik museum yang nyaman dan menarik dengan sadar akan fungsi kewajiban dan tanggung jawab dalam membantu pendidikan, penelitian dan khususnya memberikan enjoyment pada pengunjung yang sampai saat ini belum tercapai dengan maksimal.

Seperti yang terjadi pada Museum Balla Lompoa, keberadaan sign system sangat dibutuhkan, mengingat sebelumnya belum pernah ada sign system di museum tersebut.

Selain itu, pentingnya sebuah sistem penunjuk untuk mengarahkan setiap pengunjung sangat diperlukan demi kelancaran dalam memperoleh dan menuju kesetiap tempat demi memperoleh setiap informasi yang ada di Museum Balla Lompoa. Dalam hal ini, penulis akan merancang *signage digital* yang maksimal dan komunikatif sesuai dengan fungsi sign system yang dapat memudahkan sirkulasi atau tata alur penelusuran tempat yang diinginkan oleh pengunjung di areal Museum Balla Lompoa.

Masalah yang harus dihadapi yaitu, bagaimana menciptakan *signage digital* yang komunikatif dan efektif agar mampu memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mendapatkan informasi benda-benda yang ada di museum? Dari rumusan masalah, tujuan perancangan adalah menciptakan *signage digital* yang informatif, dan memiliki daya tarik visual tinggi dengan tema local content dengan tampilan bahasa visual yang komunikatif dan sederhana.

Kebutuhan akan sebuah sign system yang baik semakin berkembang, khususnya dimana kerumunan massa membutuhkan informasi petunjuk arah, hal ini dikarenakan sign system mampu mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat dengan cepat dan biasanya relatif dengan biaya yang rendah. Selain itu, sign system juga merupakan bagian yang penting dari keseluruhan advertising dan program pencitraan dari suatu perusahaan/instansi, karena membantu menciptakan suatu image yang baik, kepercayaan serta menciptakan sebuah pelayanan yang menjanjikan.

Sign System atau tanda merupakan sebuah pengetahuan yang sangat erat hubungannya dengan bidang kajian Desain Komunikasi Visual. Menurut Piliang, dalam kata pengantarnya pada buku semiotika komunikasi visual (Tinarbuko, 2012) menyatakan bahwa ilmu tentang tanda (the science of sign) mempunyai prinsip, sistem, aturan dan prosedur-prosedur keilmuan yang khusus dan baku. Sedangkan menurut Yongky Safanoyang, komunikator menggunakan tanda (sign) system untuk menciptakan pesan (message) dan menyampaikan makna (meaning) sebuah sign adalah sesuatu yang bersifat fisik dan dapat diterima oleh indra kita yang menggambarkan atau menandakan

sesuatu kepada seseorang (interpreter) dalam beberapa konteks. (Hilaliyah).

Dalam buku David Gibson yang berjudul “The Wayfinding Handbook, Information Design for public places, 2009” menceritakan sedikit tentang sejarah awal tentang wayfinding bahwa ini berawal ketika perang dunia II yang sejak itu secara tidak sengaja berdampak positif pada karir para desainer. Pada saat itu salah satu tokoh yang bergerak dalam bidang desainer yaitu Alvin Lustig bermigrasi ke Amerika Utara di mana diberi kesempatan untuk memberikan pelatihan seni dan desain untuk veteran, termasuk John Follis yang berasal dari pasadena, california. (Andrivina, A: 2019)

Hingga pada tahun 1960 terjadi perang dingin antara kritikus, akademisi dan desainer tentang kebutuhan untuk memanusiakan ruang perkotaan modern yang semakin kompleks. Ilmu desain yang berkembang pada saat itu disebut grafis arsitektur, signage atau desain sign system, desain grafis lingkungan dan wayfinding. Seiring waktu, perusahaan maupun individu pun mulai giat, seperti Lance Wyman yang memenangkan penghargaan awal untuk Meksiko pada simbol 68 olimpiadanya, pada saat itu mulai mengkhususkan diri dalam desain sistem tanda. Dan pada saat itu, beberapa perusahaan mulai hadir dengan menawarkan jasa desain wayfinding bersama layanan lainnya termasuk, pameran, produk, interior, desain identitas perusahaan dan branding.

Tidak jauh dengan yang diceritakan Gibson pada bukunya, perkembangan sign system menurut Formigari dan Gambarara berawal setelah Perang Dunia II. Pada tahun 1909, di Paris diadakan konvensi bagi para pengguna kendaraan bermotor internasional, yang pada akhirnya menghasilkan sistem tanda lalu lintas yang menunjukkan kondisi jalan yang berlubang, persimpangan jalan, jalan yang berliku serta persimpangan jalan rel kereta api. Sistem ini mulanya digunakan oleh beberapa negara di Eropa hingga pada akhirnya digunakan oleh negara-negara di dunia. (ADITYAWAN: ..)

Identification sign atau tanda pengenal adalah tanda ini menampilkan sebuah identitas, nama dan fungsi sebuah tempat, ruangan dan informasi-informasi lainnya. (Gibson, 2009 h.48). Directional sign atau tanda petunjuk arah

adalah tanda-tanda yang mencakup arah panah yang mampu mengarahkan atau memberikan isyarat kepada setiap pemakainya menuju ke sebuah tempat. Seperti sebuah ruangan, rute pejalan kaki, atau fasilitas lainnya dengan menampilkan dalam bentuk simbol, tipografi, dan panah. Sementara itu, setiap desain sign harus selaras dengan arsitektur disekitarnya, tanda-tanda juga harus mudah dikenali dengan isi pesan yang sederhana. (Gibson, 2009 h.50).

Museum Balla Lompoa terletak di tengah kota Sangguminasa, didirikan pada tanggal 11 Desember 1973 dan merupakan upaya pelestarian budaya bangsa. Balla Lompoa berarti rumah besar atau istana bagi raja-raja Gowa. Arsitektur bangunan Museum Balla Lompoa bergaya rumah adat khas bugis, yaitu rumah panggung, dengan sebuah tangga setinggi lebih dari dua meter untuk masuk ke ruang teras.

Balla lompoa terletak di pusat kota Sungguminasa berdampingan dengan bangunan Istana Tamalate dalam kawasan sejarah dan budaya lapangan Bungaya. Lokasi Balla Lompoa berjarak ±3 Km dari Kota Makassar, arus lalu lintas sangat lancar untuk menuju ke tempat tersebut karena berada di jalur angkot (pete-pete). Balla lompoa berada di empat simpangan jalan, sehingga akses untuk memasuki kawasan tersebut dapat melalui ke empat pintu gerbang, dimana pintu gerbang utama berada di Jalan KH. Wahid Hasyim, sedang pintu gerbang ke II berada di bagian belakang Kawasan Balla Lompoa dan Istana Tamalate tepatnya di jalan Andi Mallombasang, adapun pintu gerbang yang berada di sebelah dan pintu gerbang di sebelah kanan di jalan A. Baso Erang

2. METODE

2.1. Teknik Pengumpulan Data

Guna mewujudkan validitas data, penulis menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data antara lain:

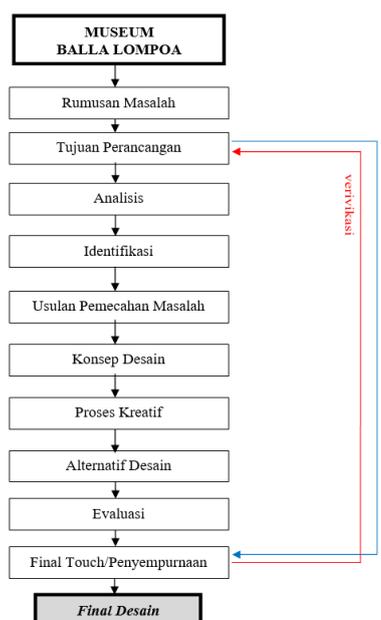
1. Studi Kepustakaan
Pengkajian bahan dokumen dari sumber-sumber yang dipercaya dan sumber pustaka yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan internet. Data tersebut biasanya berupa artikel atau komentar seseorang.
2. Wawancara

Pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada pihak yang bersangkutan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung untuk memperoleh data yang diperlukan, dalam hal ini pengelola museum, pengunjung, serta masyarakat setempat (jika diperlukan).

3. Observasi
Melakukan kunjungan langsung ketempat yang dijadikan obyek penelitian, dalam hal ini adalah Museum Balla Lompoa.
4. Dokumentasi
Dalam hal ini dimaksudkan adalah dengan penelitian historis dokumenter yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen dengan menelusuri, memotret, meniru, dan sejenisnya. Dokumentasi ini berupa buku, gambar, foto, arsip, dan lain lain.

2.2. Metode Analisis Data dan SWOT

Pada tahap inilah data dikerjakan dengan merangkum dan memilah-milah data sesuai kategorinya yang kemudian dianalisis dengan mengaitkan hasil analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan dengan memperhatikan dan mencermati kondisi dan keberadaan museum saat ini serta tantangan kedepannya.



Gambar 2.1. Skema Perancangan

1. Kekuatan (Strength)
Museum Balla Lompoa sebagai salah satu museum yang terdapat di Kabupaten Gowa yang menjadi satu-satunya destinasi wisata peninggalan serta terkenal dengan koleksi-koleksi benda pusaka yang masih terjaga utuh hingga saat ini.
2. Kelemahan (Weakness)
Tidak tercapainya penyampaian informasi tentang keberadaan museum, dalam hal ini kurangnya promosi serta pemenuhan standar kepuasan akan keingintahuan pengunjung terhadap informasi-informasi tentang koleksi museum.
3. Peluang (Opportunity)
Sebagai salah satu wisata peninggalan sejarah dengan beberapa koleksi wisata yang masih terjaga hingga saat ini menjadi salah satu daya tarik terbesar untuk mengunjungi Museum Balla Lompoa.
4. Ancaman (Threat)
Kurangnya promosi dan peningkatan pelayanan terhadap museum menyebabkan terjadinya ketidaktahuan dan salah pemahaman tentang keberadaan museum yang berdampak mengancam turunnya apresiasi tentang wisata peninggalan pada Museum Balla Lompoa.

2.2.1. Analisis Tujuan Perancangan Media Komunikasi

Media dalam perancangan ini bertujuan agar layanan di museum dapat dimanfaatkan dengan mudah, cepat, tepat, sederhana serta bermanfaat. Media ini akan dibagi menurut fungsinya, antara lain:

1. Bertujuan untuk memberikan informasi-informasi yang ada di dalam museum dalam bentuk digital signage dan sign fisik sebagai penunjang media komunikasi.
2. Secara relatif lebih muda memperoleh informasi secara lebih terinci tentang sejarah benda-benda peninggalan khususnya untuk benda kebesaran (kalompoang)

2.2.2. Analisis Khalayak Sasaran

Untuk dapat mencapai sasaran yang tepat, maka harus ditetapkan terlebih dahulu

karakter khalayak sasaran. Berikut ini adalah penjeleasan mengenai karakter target audience ditinjau dari segi geografis, demografis, psikografis, dan behavioral.

1. Segmentasi secara geografis
Mencakup wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara.
2. Segmentasi secara demografis
Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
Umur: 25-50 tahun keatas
Pendidikan : Semua lapisan pendidikan
Kewarganegaraan / Bahasa : Beragam
3. Segmentasi secara psikografis
Ditujukan kepada mereka yang memiliki rasa ingin tahu yang besar dan rasa ketertarikan terhadap budaya, senang bergaul, menyukai hal-ha baru, memiliki pikiran yang terbuka dan menyadari pentingnya melestarikan budaya. Bisa dilihat dari gaya hidupnya, mereka adalah orang-orang yang selalu bisa menyempatkan diri untuk bersantai dan melakukan travelling dan meneui hal-ha baru.
4. Segmentasi behavioral
Mereka adalah pria dan wanita yang sudah atau belum berkeluarga, ataupun kelompok dari sebuah lembaga/instansi yang memiliki ketertarikan terhadap budaya tradisional Indonesia. Selain itu mereka memiliki keingintahuan terhadap budaya-budaya yang belum ataupun sangat jarang terekspos media, sehingga rasa keingintahuan mereka mendorong mereka untuk mempelajari suatu budaya, dala hal ini budaya etnis makassar dan sejarah kerajaan Gowa lebih khususnya. Dan juga mereka adalah orang-orang yang senang bepergian ke suatu tempat yang baru dan berbau nostalgia.

2.2.3. Analisis Kompetitor

Selain Museum Balla Lompoa, di Sulawesi-Selatan terdapat 16 museum, namun 3 diantaranya berada dekat dengan lokasi museum. Maka dengan kehadiran ketiga museum tersebut maka dijadikanlah sebagai kompetitor dalam proses perancangan ini

2.2.4. Analisis Branding

Branding yang diangkat adalah mengangkat tradisional etnik Makassar, dimana masyarakat Kerajaan Gowa dahulu merupakan etnik makassar. Agar lebih menunjang tujuan perancangan yang dimaksudkan. Bentuk-bentuk ini merupakan bentuk yang terkesan tegas dan kaku namun tetap mencerminkan sebuah kesatuan akan kewibawaan Kerajaan Gowa masa lampau. Selain itu juga akan memanfaatkan bentuk-bentuk yang secara tradisional digunakan oleh masyarakat etnik di Makassar.

2.2.5. Analisis Difrensiasi

Bila kompetitor yang selama ini mempromosikan (mengkomunikasikan) keberadaannya dengan mengangkat hal-hal yang bersifat umum. Maka, perancangan ini akan menampilkan perbedaan dari bagaimana pihak Museum menarik minat masyarakat untuk berkunjung dengan ditingkatkannya pelayanan museum dalam hal ini ditujukan pada penyajian informasi didalam museum yang ditekankan secara visual. Terkait dengan penyajian informasi tersebut adapun pembeda yang dimaksud tersebut antara lain:

1. Diciptakannya sebuah ikon khusus untuk Museum Balla Lompoa yang akan membantu dalam peningkatan kualitas museum, dan dengan penciptaan ikon ini akan menjadi awal dari penciptaan image yang positif sebagai Museum yang wajib dan layak di kunjungi.
2. Pengemasan informasi tentang sejarah benda koleksi akan disajikan dengan lebih menekankan secara visual serta lebih tertata dan berbeda dengan kompetitor yang dimaksud. Kehadiran digital sign dalam bentuk media interaktif akan memberikan pembeda sekaligus pencitraan akan sebuah Museum yang bertanggung jawab atas informasi yang wajib dikomunikasikan terhadap pengunjung (khalayak).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Konsep Kreatif

3.1.1. Sumber Inspirasi Ikon Museum Balla Lompoa

Dalam tiap signage di Museum Balla Lompoa mengandung unsur berbudaya dengan menghadirkan ikon yang menggabungkan huruf lontara pada tulisan dan bentuk segitiga pada timpa laja rumah adat Makassar sebagai bahan acuan dan merupakan sumber inspirasi dari perancangan ikon untuk Museum Balla Lompoa.

3.1.2. Palet Warna

Perancangan signage pada Museum Balla Lompoa mengangkat warna-warna. Selain itu warna yang digunakan terinspirasi dari warna dominan yang ada pada Museum Balla Lompoa.

1. Merah

Melambangkan kesan energi, kekuatan hasrat, keberanian, serta salah satu warna dengan sifat yang dapat mengalihkan perhatian. Warna ini dapat menyampaikan kecenderungan untuk menampilkan gambar dan teks secara lebih besar. Selain itu, warna merah dikenal menjadi salah satu warna etnik yang ada di Sulawesi-selatan.

2. Kuning

Merujuk pada matahari, ingatan, imajinasi logis, kehangatan serta filosofi. Warna kuning juga biasanya digunakan untuk mendapatkan perhatian seseorang untuk melihat desain kita. Dalam dunia desain grafis warna kuning bisa digunakan untuk memperkenalkan sebuah produk atau ciptaan baru.

	C:37, M :100, Y:97, K:2		C:0, M :20, Y:100, K:0
	C:0, M :0, Y:60, K:0		C:100, M :100, Y:100, K:100
	C:0, M :0, Y:20, K:0		C:0, M :0, Y:0, K:0

Gambar 3.1 Konsep Warna

3.1.3. Konsep Tipografi

Tipe huruf adalah bagian dari komunikasi visual, dengan pemilihan huruf yang tepat berdasarkan prinsip tipografi, yaitu legibility (huruf terlihat dan dikenal), clarity (pesan yang disampaikan jelas), visibility (terbaca), readability (mudah dibaca, menarik,

dan tidak melelahkan mata) dapat mempengaruhi tampilan secara keseluruhan (Wijaya 51). Tipe huruf untuk perancangan ini harus dapat menggambarkan dan sesuai dengan kesan yang ingin ditampilkan, yaitu tipe huruf modern, sederhana, muda dikenal dan readability sehingga walau ditampilkan dalam ukuran apapun tetap sesuai fungsinya sebagai petunjuk.

3.1.4. Perencanaan Media

Di Museum Balla Lompoa ini banyak informasi yang harus disampaikan, karena terdapat beberapa fasilitas dan berbagai koleksi yang akan diperjelas informasi dari koleksi tersebut. Namun tidak semua bagian yang ada dibuat dalam perancangan ini, hanya diambil beberapa bagian yang dianggap penting, hal ini mengingat banyaknya jumlah sign system yang diperlukan di Museum Balla Lompoa, dan sedikitnya waktu dalam perancangan ini, maka perancangan difokuskan (diutamakan) pada perancangan digital signage dalam bentuk media interaktif.

Pada digital signage akan dibuat sebuah sistem informasi dalam bentuk media interaktif dengan mengarahkan para pengguna pada rute-rute yang ada dalam Museum Balla Lompo. Digital signage ini akan disajikan dalam sebuah monitor Samsung Smart Signage DB22D 32 inc yang akan dijalankan oleh setiap pengunjung yang menggunakan media ini. Pengunjung bisa memilah terlebih dahulu apa-apa yang museum akan sajikan kepada setiap pengunjung serta dijelaskan pula didalamnya tentang sejarah-sejarah benda pusaka secara garis besar pada Museum Balla Lompoa.

Digital signage tersebut akan diletakkan pada dinding yang berada di ruangan paling depan di Museum Balla Lompoa yang ketika mulai melangkah masuk ke Museum maka mata akan tertuju secara langsung pada media interaktif ini dikarenakan posisi dan letaknya berada pada sisi yang seimbang sebagai sebuah sumber informasi apabila mengunjungi sebuah tempat yang baru bagi pengunjung.

Adapun media komunikasi lainnya sebagai penunjang adalah:

1. Papan nama

Ditempatkan pada bagian depan museum sebagai informasi keberadaan museum. Dengan bentuk menyerupai ukuran papan nama sebelumnya yaitu berukuran 1,8 m x 1 m dengan bahan material dari stainless. Teknik yang digunakan dalam pembuatan papan nama berbahan stainless ini, yaitu dengan teknik etching. Etching adalah teknik seni grafis yang dikenal sebagai intaglio, Etching merupakan teknik untuk memberi dimensi atau kedalaman pada material seperti stainless maupun kuningan. Kemudian setelah dicapai kedalaman dari setiap susunan typografi pada huruf tersebut kemudian diberi pewarnaan pada setiap tulisannya.

2. Welcome Sign

Ditempatkan di area tangga masuk menuju museum dengan desain yang selaras dengan desain pada papan nama namun dengan ukuran 50 cm x 120 cm dengan bahan material dari stainless steel. Teknik yang digunakan dalam pembuatan weelcome sign adaah teknik etching.

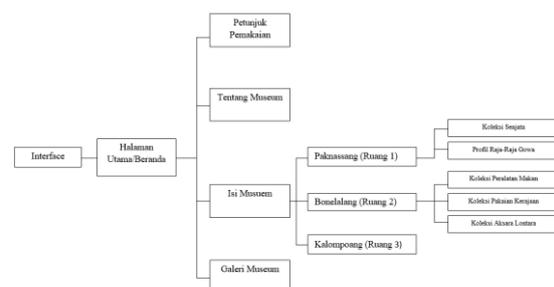
3. Petunjuk Arah

Dibuat beberapa petunjuk arah, dimana petunjuk arah yang akan dibuat untuk mewakili beberapa ruangan yang terdapat dalam Museum Balla Lompoa dengan bahan acrilik, dan dibuat dengan teknik cutting acrylic.

4. Keterangan Benda-Benda Peninggalan

Dibuat keterangan dari semua benda-benda yang terdapat di Museum Balla Lompoa, baik itu dalam bentuk keterangan maupun deskripsi tentang sejarahnya masing-masing. Berukuran 20x15 cm dari bahan stiker dan ditempelkan pada material acrilik.

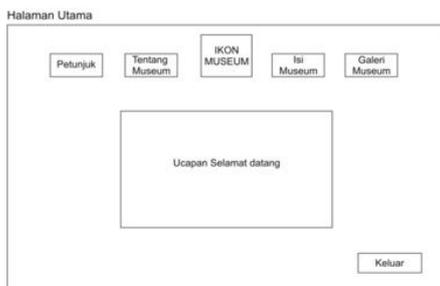
3.1.5. Konten Materi Isi



Susunan	File	Keterangan Isi
Halaman Interface	Halaman 1	Loading sebelum masuk ke halaman utama
Halaman Utama/Menu	Halaman 2	Halaman untuk mengakses halaman-halaman lain, yaitu dimana pada halaman ini nampak 4 menu pilihan dan terdapat 1 tombol untuk keluar.
Petunjuk Pemakaian	Halaman 3	Petunjuk penggunaan program aplikasi digital signage media interaktif museum balla lompoa, dimana didalamnya terdapat petunjuk penggunaan museum balla lompoa secara umum dilihat dari pemakaian dan fungsi setiap tools. Dalam halaman ini terdapat pula tiga tombol navigasi untuk mengakses beranda dan tombol untuk keluar.
Tentang Museum	Halaman 4	Halaman yang berisi tentang sejarah dan kontak museum, serta tombol navigasi untuk mengakses beranda dan tombol untuk keluar.
Isi Museum	Halaman 5	Halaman yang berisi keterangan koleksi, dilihat dari denah lokasi yang bisa diarahkan kemudian disamping denah tersebut terdapat 6 tombol pilihan terkait pembagian isi-isi museum. Dalam halaman ini terdapat pula tiga tombol navigasi untuk mengakses beranda dan tombol untuk keluar.
Galeri Museum	Halaman 6	Halaman yang berisi beberapa foto-foto kegiatan yang berlangsung di Museum Balla Lompoa berikut dengan keterangan gambat setiap foto-foto yang ada.

Gambar 3.2. Flowchart dan Storyline

3.1.6. Storyboard



Gambar 3.3. Storyboard

3.2. Perancangan Signage Digital

3.2.1. Logotype

Sumber inspirasi mengambil dari huruf lontara pada tulisan Balla Lompoa dan bentuk segitiga pada timpa laja rumah adat Makassar. Kemudian dilakukan kreasi pada huruf lontara lompoa yang berarti besar, dan di rangkai sehingga membentuk menjadi sebuah timpa laja pada rumah adat Makassar. Arti dari balla lompoa yaitu rumah besar hanya mengambil kata besar atau lompoa karena terhubung kata balla atau rumah sudah diwakili oleh model segitiga yang menyerupai timpa laja pada rumah adat Makassar. Maka diperoleh alternatif desain sebagai berikut tersebut.



Gambar 3.4. Konsep Logo Type



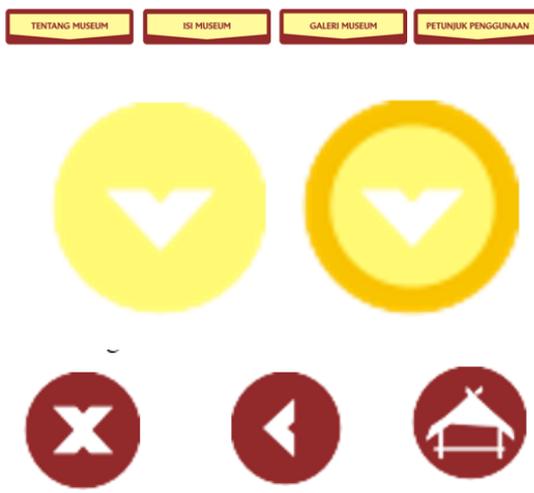
Gambar 3.5. Desain Logo Type

Sebagai bagian dari elemen ikon. Warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memeperkuat kesan tujuan dari ikon tersebut. Warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Ikon Museum Balla Lompoa ini terinspirasi dari bentuk segitiga pada timpa laja yang ada pada bangunan museum. Dengan kombinasi Aksara Lontara yang kemudian disusun dan membentuk segitiga menghasilkan kesan tegas dari ikon ini.

Jika diperhatikan dengan seksama tulisan lontara tersebut terbaca *lompoa* atau diartikan dengan kata besar sedangkan bentuk segitiga menggambarkan kata rumah atau *balla*, jadi jika digabungkan maka akan terbaca *balla lompoa*.

Kemudian pemilihan warna merah maron mengambil inspirasi dari warna tradisional yang ada di Sulawesi Selatan. Warna yang mengambil sumber inspirasi dari warna terracotta. Warna ini melambangkan kesan energi tertentu, keberanian, serta salah satu warna dengan sifat yang dapat mengalihkan perhatian. Keseluruhan unsur dalam ikon ini saling mengimbangi satu sama lain. Komposisi antara penggabungan aksara lontara dan font, serta penerapan warna ditampilkan seimbang sehingga menghasilkan satu kesatuan.

3.2.2. Asset Grafis Signage

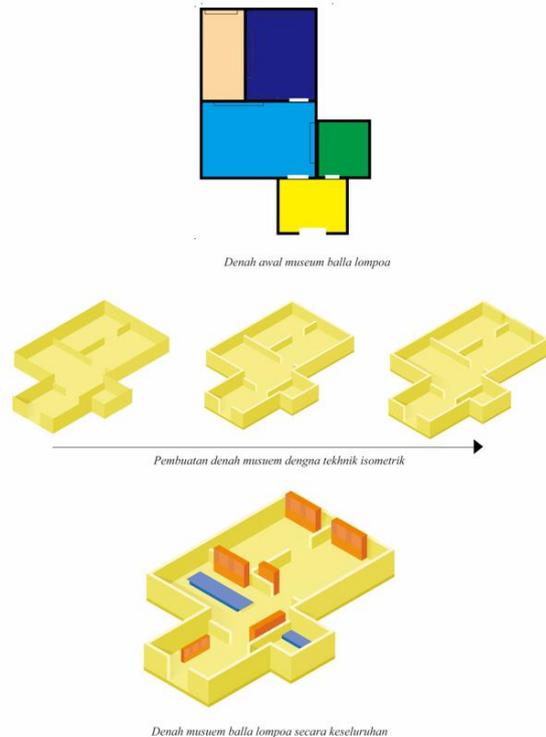


Gambar 3.6. Grafis Button



Gambar 3.7. Grafis Background

Desain untuk denah Museum Balla Lompoa sebagai gambaran lokasi museum secara keseluruhan yang akan dilengkapi dengan teks dan gambar di setiap pembagiannya.



Gambar 3.8. Grafis Desain Denah Museum

Kemudian digunakan Icon sebagai pengganti foto pada setiap keterangan/profil raja-raja Gowa, dengan menggunakan salokoa sebagai acuan pembuatan desain yang menurut sejarahnya merupakan mahkota kerajaan yang dipakai setiap raja yang menjabat dan sampai saat ini masih tetap terjaga utuh di Museum Balla Lompoa.

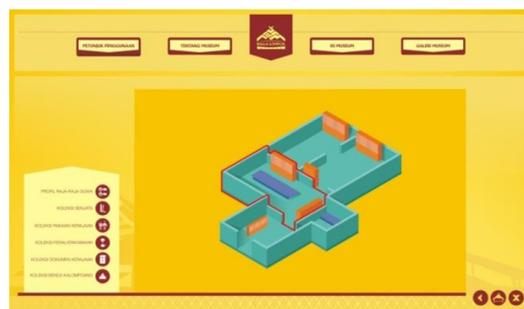


Gambar 3.9. Grafis Icon profil

Selain itu agar mudah mengenali dan mengetahui pembagian setiap ruangan berdasarkan koleksinya, maka diciptakan sebuah ikon/tanda/symbol berbasis piktogram yang mewakili dan menjadi ikon pada setiap pembagian ruangan, yang diharapkan dapat menjadi ciri khas tersendiri di Museum Balla Lompoa.



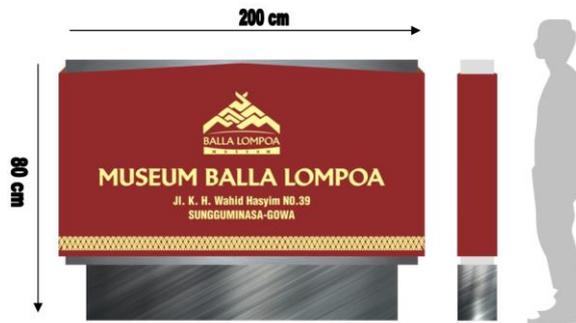
Gambar 3.10. Grafis Icon Piktogram



Gambar 3.11. Tampilan Halaman Signage Digital

3.3. Sign System Media Pendukung

Untuk keseluruhan papan informasi benda pusaka, bentuk warna dan ukuran seragam seperti yang ada pada gambar



Gambar 3.12. Desain Papan Nama Museum



Gambar 3.103 Desain Papan Selamat Datang Museum



Gambar 3.14. Desain papan Petunjuk Arah Lokasi Dalam Museum

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1. KESIMPULAN

Perancangan sign system Museum Balla Lompoa dengan menciptakan sebuah ikon dengan sumber inspirasi huruf lontara menjadi ciri khas Museum Balla Lompoa sebagai tempat pelestarian benda-benda pusaka Kerajaan Gowa pada masa lalu.

Dengan hadirnya pengaplikasian ikon tersebut dalam signage digital dalam bentuk media interaktif serta pengaplikasiannya pada pendanda fisik dalam kawasan Museum Balla Lompoa, yang selanjutnya dapat menjadi ciri/identitas baru bagi Museum Balla Lompoa serta upaya pencapaian keingintahuan pengunjung terhadap informasi-informasi koleksi dan benda pusaka secara menyeluruh.

4.2. SARAN

Museum Balla Lompoa memiliki kekuatan dan potensi yang besar dalam mencapai tujuannya sebagai pusat akses informasi. Museum Balla Lompoa daam perkembangannya sampai saat ini, masih banyak kekurangan seperti kurangnya pemeliharaan tentang penataan benda pusaka dan kurangnya sistem tanda yang ada.

Dari penelitian yang dilakukan terdapat beberapa masukan, bahwa kondisi yang ada di Musuem Balla Lompoa kurang mendapat perhatian dari pengunjung yang berkunjung, maka dari itu cara yang dilakukan adalah dengan meningkatkan self serving. Self Serving dilakukan dengan memberikan informasi secara lengkap kepada pengunjung. Melakukan pengadaan sign system sehingga pengguna bisa mendapatkan informasi yang lebih terperinci, mudah dan dapat meminimalkan pertanyaan.

Konsep perancangan yaitu dengan memposisikan Museum Balla Lompoa sebagai tempat untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap dengan mengangkat lokal content sebagai tema dalam perancangan sign system yang ada di museum.

Perbaikan mutu dan kualitas layanan perlu dilakukan untuk mendukung tercapainya tujuan dari Museum Balla Lompoa, yaitu memotivasi pengunjung serta menginterpretasikan atas segala benda koleksi yang disajikan secara benar. Keberhasilan yang dicapai oleh Musuem Balla Lompoa akan menghasilkan dampak positif yang dapat memberikan citra positif dan keeksistensian pada khalayak umum.

5. DAFTAR PUSTAKA

- ADITYAWAN, J. PERANCANGAN SIGN SYSTEM PASAR TRADISIONAL RASAMALA.
- Andrivina, A. (2019). Persepsi pengunjung terhadap kualitas wayfinding sebagai elemen interior di Poliklinik RSIA Limijati, Bandung. *PRODUCTUM Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 3(5), 169-174.
- Hilaliyah, H. PEMANFAATAN STIKER SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. Direktorat Museum. 2009. *Ayo Kita Mengenal Museum*. Departemen Kebudayaan dan Parawisata: Jakarta.
- Direktorat Museum. 2008. *Pedoman Museum Indonesia*. Departemen Kebudayaan dan Parawisata: Jakarta.
- Gibson, David. 2009. *The wayfinding Handbook, Information Design for public place*. Princeton Architectural Press: China.
- Tinarbuko, S. (2008). *Semiotika komunikasi visual: metode analisis tanda dan makna pada karya desain komunikasi visual*. Jelasutra.