

PERANCANGAN *CORPORATE IDENTITY* TOKO BUKU NUSANTARA BOJONEGORO

Amelia Dian Andika

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email : ameliadianandika@gmail.com

ABSTRAK

Industri buku yang terus bertumbuh seiring meningkatnya perekonomian masyarakat, berdampak bagi perkembangan tempat penjualan buku atau toko buku di Bojonegoro. Keadaan ini mengharuskan Toko Buku Nusantara untuk memiliki strategi khusus guna menarik minat konsumen. Strategi khusus tersebut adalah peningkatan citra dalam bentuk *corporate identity*. Toko Buku Nusantara membutuhkan *corporate identity* berupa logo beserta aplikasinya sebagai suatu cara untuk menyampaikan citra yang hendak ditampilkan sesuai karakteristik, visi/misi, dan keunggulannya kepada konsumen, khususnya para pelajar dan mahasiswa Bojonegoro.

Kata kunci: *Corporate Identity*, Logo, Citra

ABSTRACT

Title: *Nusantara Bookstore Bojonegoro Corporate Identity Design*

Book Industry that continues to grow with increasing economic community, have implications for the development of a book sales or bookstore in Bojonegoro. This situation requires Nusantara Bookstore to have a specific strategy to attract consumers. The specific strategy is improving the image in the form of corporate identity. Nusantara Bookstore requires corporate identity in the form of the logo and its application as a way to convey the image that they want to display appropriate characteristics, vision/mission, and the advantages to consumens, especially for students.

Keyword: *Corporate Identity, Logo, Image*

Pendahuluan

Industri buku di Indonesia dengan lebih dari 240 juta populasi masyarakatnya terus bertumbuh seiring juga meningkatnya perekonomian dan naiknya jumlah kelas menengah Indonesia. Buku menjadi penting sebagai media informasi, edukasi, dan hiburan yang menunjukkan kemajuan intelektual suatu bangsa. Terbukti dari besarnya jumlah penjualan buku di Indonesia, yang mencapai 33.199.557 eksemplar sepanjang 2013 (Ikatan Penerbit Indonesia, par.1-6). Keadaan ini menimbulkan dampak tersendiri bagi perkembangan tempat pemasok atau penjual buku di Indonesia, terutama pada daerah dengan perekonomian yang meningkat tajam.

Salah satunya adalah kota Bojonegoro, Bojonegoro mendadak kaya raya setelah memiliki lapangan minyak dan gas. Daerah yang dulu menjadi langganan banjir akibat luapan Sungai Bengawan Solo itu memiliki lapangan minyak dengan kandungan 375 juta barel yang dikelola Exxon Mobil Cepu Limited (EMCL) di lapangan Banyuurip, Desa Mojodelik, Kecamatan Gayam. Selain itu, ada lapangan minyak Sukowati di Desa Campurejo dan Ngampel yang dioperatori Pertamina dan Petrochina East Java. Ketika potensi atau sumber daya mineral dieksplorasi, arus modal mengalir masuk, pendapatan masyarakat dan pemerintah pun naik

tajam (“Bupati Bojonegoro Suyoto Mengelola Dana Bagi Hasil Blok Cepu”, par.1-3).

Dengan demikian, industrialisasi minyak dan gas bumi di Bojonegoro akan membawa pertumbuhan ekonomi yang secara tidak langsung mengarah pada pertumbuhan industri buku di Bojonegoro. Berdasarkan pengamatan peneliti, pada tahun 2015 tercatat lebih dari 10 toko buku atau tempat penjualan buku telah berdiri di Bojonegoro. Antara lain: Toko Buku (TB) Nusantara, TB Togamas, TB Sumber Agung, TB Borsalino, TB Pustaka 2000, TB Analisa, dan sebagainya. Pertumbuhan industri buku di Bojonegoro juga dibuktikan dengan masuknya TB Togamas, yang terlebih dulu telah dikenal di kota Pahlawan Surabaya. Banyaknya toko buku atau tempat penjualan buku yang sejenis dengan merek yang berbeda-beda akan menimbulkan masalah bagi konsumen dan tempat penjualan buku. Konsumen harus menentukan pilihannya ketika hendak membeli sebuah buku. Toko buku atau tempat penjualan buku dituntut untuk memiliki strategi khusus dalam menghadapi ketatnya persaingan antar toko buku, dan dapat menarik minat konsumen agar menjatuhkan pilihannya pada toko buku tersebut. Toko Buku Nusantara merupakan salah satu toko buku yang layak memiliki strategi khusus untuk menghadapi permasalahan yang terjadi. Karena toko buku yang telah berdiri sejak 1953 ini, tidak hanya menjadi toko buku yang paling unggul atau berpotensi di Bojonegoro, tetapi juga membanggakan nama Bojonegoro.

Terbukti dari upaya Toko Buku Nusantara memperkenalkan para penulis asli Bojonegoro kepada pembaca, hingga disiapkan sebuah rak khusus untuk buku-buku karya warga asli Bojonegoro. Pemilik Toko Buku Nusantara, Hariyanto Utomo menuturkan langkah itu dilakukan agar masyarakat bisa tahu bahwa Bojonegoro memiliki putra putri daerah yang patut dibanggakan. Beberapa buku karya penulis lokal diantaranya berbentuk novel, antologi cerpen, karya sastra jawa, dan kumpulan puisi (“Kenalkan Penulis Lokal, TB Nusantara Bikin Rak Khusus”, 2012). Daftar buku karya warga asli Bojonegoro antara lain :

- a. Korsakov dan The Souls Moonlight Sonata novel karya penulis Wina Bojonegoro.
- b. Antologi Sastra : Serat Daun Jati.
- c. Kumpulan Cerita Cekak : Rembulane Wis Ndhadhari oleh Sri Setya Rahayu, cerkak dan geguritan Pasewakan oleh Konggres Sastra Jawa III.
- d. Antologi geguritan : Ombak Wengi oleh Yusuf Susilo Hartono, Pagelaran oleh J.F.X Hoery, Sanja oleh Nono Wartono.
- e. Novel Taman Api oleh Yonathan Rahardjo.
- f. Novel anak-anak Koprak oleh Herwanto.

Selain upaya tersebut, TB Nusantara juga menawarkan kelengkapan produk utamanya yaitu buku pelajaran dari tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) sampai dengan Perguruan Tinggi (PT). Serta dilengkapi dengan buku Agama, umum, fiksi, mainan edukasi dan peralatan tulis sekolah. Kemudian diskon yang cukup tinggi, hampir semua jenis buku diberikan diskon 10%, untuk buku pelajaran terbitan ERLANGGA diskon antara 10% - 20%, dan diskon 30% untuk beberapa buku tertentu (misalnya buku cerita: B.Gurita, Mesi - Tikus yang Nakal, Jerapah yang Percaya Diri, dll). Toko Buku Nusantara juga membuktikan kinerjanya melalui media promosi seperti :

- a. Radio ad dengan MADANI FM (102,5) Bojonegoro.
- b. Sponsor Lomba dengan SMP Negeri 1 Baureno (Olimpiade Sains Plus 2014), SMP Negeri 2 Bojonegoro.
- c. Pameran buku bersama MIZAN, Djanggaleng.
- d. Iklan pada majalah Refleksi News Bojonegoro, spanduk, dan brosur.

Strategi khusus yang harus dimiliki TB Nusantara adalah meningkatkan citra atau *image* mereknya meliputi keunggulan produk yang ditawarkan kepada konsumen, guna menghadapi permasalahan yang terjadi dalam industri buku di Bojonegoro. Karena, *Brand Image* mempunyai berbagai manfaat bagi perusahaan, seperti dikemukakan oleh (Rangkuti,17) yaitu:

- a. *Brand Image* dapat dibuat sebagai tujuan didalam strategi perusahaan.
- b. *Brand Image* dapat dipakai sebagai suatu dasar untuk bersaing dengan *brand* produk lain yang sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.
- c. *Brand Image* juga dapat membantu memperbaharui penjualan suatu *brand*.

Citra atau *image* dari TB Nusantara meliputi keunggulan produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat dibangun dengan menciptakan sebuah identitas perusahaan atau *corporate identity*. Karena identitas perusahaan merupakan suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari citra atau *image* suatu perusahaan yang diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan secara fisik. Desain ini memiliki desain sedemikian rupa sehingga dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tersebut (Anggoro,280). Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa TB Nusantara belum memiliki *corporate identity*. Sejak berdirinya toko buku ini tahun 1953 sampai sekarang, hanya menampilkan tulisan nama perusahaan pada semua *corporate identity* yang belum dianggap sebagai logo, karena dari bentuk, posisi, huruf, dan warna tulisan yang selalu berbeda.

Untuk menghadapi persaingan yang ketat dan menarik minat konsumen, Toko Buku Nusantara membutuhkan suatu identitas perusahaan atau *corporate identity*, guna mencerminkan citra atau *image* yang hendak disampaikan meliputi keunggulan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Khususnya para pelajar sekolah dan mahasiswa, yang merupakan target utama dari Toko Buku Nusantara. Karena proses belajar seorang pelajar erat kaitannya dengan buku, fungsi buku teks bagi siswa adalah sebagai sarana kepastian tentang apa yang ia pelajari, alat kontrol untuk mengetahui seberapa banyak dan jauh ia telah menguasai materi pelajaran, alat belajar (di luar kelas buku teks berfungsi sebagai guru) di mana ia dapat menemukan petunjuk, teori, maupun konsep dan bahan-bahan latihan atau evaluasi (Krisanjaya,86).

Metode Perancangan

Data yang Dibutuhkan

Menurut Umar (56) data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh penulis sebagai objek penulisan. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, penulis akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi (Sugiono 317). Wawancara dilakukan dengan Hariyanto, pemilik dari Toko Buku Nusantara yang berada di Bojonegoro, untuk mendapatkan informasi dan data-data mengenai segala hal tentang Toko Buku Nusantara yang membantu proses perancangan *corporate identity*.

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mendapat data original atau asli dan mengetahui keadaan di tempat survei secara rinci. Dalam perancangan ini di lakukan survei langsung ke lokasi Toko Buku Nusantara, yaitu Jl.Dr.Wahidin No.1A, Bojonegoro.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam bentuk observasi, wawancara, dan studi kepustakaan, guna memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan untuk perancangan *corporate identity* Toko Buku Nusantara di Bojonegoro.

Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan alat yang digunakan dalam penelitian, berupa komputer atau laptop, *wireless*

(koneksi internet), *flashdisk*, kamera D-SLR, printer, alat tulis, dan kertas.

Metode Analisis Data

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi yaitu dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong 6). Penelitian deskriptif digunakan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu (Kriyantono 69). Melalui wawancara, observasi, dan studi kepustakaan peneliti melakukan eksplorasi yang menggambarkan realita yang sedang terjadi.

Analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari dalam Toko Buku Nusantara, serta peluang dan ancaman dari luar. Dengan mengetahui SWOT dari Toko Buku Nusantara, maka kekuatan dapat dijadikan sebuah keunikan dan potensi yang membedakan Toko Buku Nusantara dengan pesaingnya. Dengan menawarkan keunggulan Toko Buku Nusantara pada masyarakat, meliputi keunggulan produk yang ditawarkan kepada konsumen, yaitu penjualan produk lokal (penulis asli warga Bojonegoro) yang membanggakan nama Bojonegoro, kelengkapan produk, dan diskon yang cukup tinggi.

Pembahasan

Identifikasi Data Perusahaan

Nama Perusahaan	: Toko Buku Nusantara
Alamat	: Jl. Dr. Wahidin No.1A, Bojonegoro
Telefon	: (0353) 881809
Nama Pemilik	: Hariyanto Utomo



Gambar 1. Toko Buku Nusantara Bojonegoro

Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Membangun toko buku yang terdepan di Bojonegoro, guna membantu mencerdaskan kehidupan seluruh masyarakat Bojonegoro, terutama dalam bidang pendidikan.

Misi

Memberikan kepuasan dan keuntungan kepada setiap konsumen, meliputi kemudahan proses pembelian, harga yang murah, pelayanan berkualitas dan bertanggung jawab, serta produk yang lengkap.

Informasi Produk

Produk utama Toko Buku Nusantara adalah buku pelajaran sekolah. Buku pelajaran ditawarkan dengan diskon yang tinggi (10% - 20%), karena Toko Buku Nusantara tidak memberikan promo lain (misalnya: *free* pemasangan sampul untuk pembelian buku). Konsentrasi Toko Buku Nusantara ada pada diskon, penawaran diskon yang tinggi membuat harga yang diperoleh konsumen lebih murah dibandingkan pesaingnya.



Gambar 2. Koleksi buku pelajaran

Buku pelajaran yang ditawarkan Toko Buku Nusantara lengkap mulai dari TK (Taman Kanak-Kanak), SD (Sekolah Dasar), SMP (Sekolah Menengah Pertama), SMA (Sekolah Menengah Atas), dan Perguruan Tinggi (PT). Serta memiliki banyak pilihan dari berbagai penerbit, seperti: Erlangga, Esis, Intan Pariwara, Tiga Serangkai, Yudhistira, Pustaka Setia, Irama Widya, J P Book, Bumi Aksara, Aneka Ilmu, dan sebagainya.



Gambar 3. Koleksi buku fiksi

Toko Buku Nusantara juga bisa dibilang sebagai toko buku yang terbanyak menjual karya penulis Bojonegoro. Sebab, selama ini hanya Hariyanto yang selalu berhubungan langsung dengan para penulisnya. Bahkan, jika ada penulis yang menyelesaikan karyanya, ia pasti yang dihubungi pertama kali untuk mendapatkan buku tersebut (“Tidak Hanya Bisnis, namun Ada Kebanggaan Tersendiri”, par.10-14). Beberapa hal tersebut merupakan wujud kelengkapan dan keunggulan produk yang dimiliki Toko Buku Nusantara, serta menjadi pembeda Toko Buku Nusantara dengan pesaingnya.



Gambar 4. Artikel Toko Buku Nusantara
Sumber: Koran JawaPos Radar Bojonegoro

Tabel 1. Jenis buku pada Toko Buku Nusantara

Buku Pelajaran TK	
Buku Pelajaran SD kelas 1 -6	
Buku Pelajaran SMP kelas 1 – 3	
Buku Pelajaran SMA kelas 1 – 3	
Hukum	Akuntansi
Psikologi	Manajemen
Psikotes	Kedokteran dan Kesehatan
Kesehatan	Ekonomi
Sejarah	Bisnis
Bahasa	Agama
<i>Biography</i>	Motivasi
Pertanian dan Peternakan	Kerajinan Tangan
Musik	Makanan dan Minuman
Anak-Anak	Cerpen (Cerita Pendek)
Atlas dan Peta	Puisi
Novel	Majalah dan Tabloid
Komik	Kesenian Daerah

Tabel 2. Peralatan sekolah dan mainan edukasi

Buku Tulis	Alat Peraga Pendidikan
Alat Lukis	SOLAR SYSTEM
Alat Tulis	GLOBE
Meja Belajar	Kalender Jawa
Kalkulator dan Alfalink	Tempat atau Kotak Pensil
Rubik	Monopoli

Ular tangga	UNO
Playing Card	Kaca Pembesar

Analisis Data

Pelayanan yang terbaik diberikan oleh Toko Buku Nusantara melalui sapa ramah setiap karyawan ketika konsumen datang ke Toko Buku Nusantara, selain sapa ramah, para karyawan juga siap membantu setiap konsumen untuk menemukan jenis buku atau peralatan tulis sekolah yang hendak dibeli. Selain pelayanan tersebut, Toko Buku Nusantara menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang kenyamanan para konsumen, yaitu lahan parkir yang luas, label harga pada setiap produk yang memudahkan konsumen untuk mengetahui harga secara langsung, televisi, kipas angin, dan jasa antar barang atau disebut *delivery*.

Sebagai wujud dari upayanya untuk menjadi toko buku yang terlengkap di Bojonegoro, Toko Buku Nusantara menawarkan jasa khusus apabila buku yang hendak dibeli oleh konsumen tidak tersedia, maka Toko Buku Nusantara bersedia membantu konsumen untuk melakukan pencarian. Dengan syarat judul, nama pengarang, dan tahun terbit yang jelas, Toko Buku Nusantara memberikan kurun waktu 7 hari atau 1 minggu untuk melakukan pencarian. Apabila ditemukan buku yang sesuai dengan kriteria dari konsumen, maka Toko Buku Nusantara akan menghubungi konsumen. Tetapi jika terjadi hal sebaliknya, maka Toko Buku Nusantara akan melakukan konfirmasi dengan konsumen dan menghentikan pencarian. Fasilitas ini dapat disebut juga dengan *order by request*, yang pastinya memudahkan dan menguntungkan konsumen.

Usulan Pemecahan Masalah

Citra atau *image* dari Toko Buku Nusantara yang mencerminkan keunggulannya dapat dibangun dengan menciptakan sebuah *corporate identity* atau logo beserta aplikasinya. Karena identitas perusahaan merupakan bentuk visual dan ekspresi grafis dari citra atau *image* suatu perusahaan, yang diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan secara fisik. Selain itu identitas perusahaan adalah suatu cara yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan lainnya, memiliki elemen utama meliputi warna atau bentuk bangunan, atribut, slogan, sampai dengan seragam yang semuanya merupakan pengaplikasian dari logo perusahaan.

Serta sesuai fungsi logo sebagai identitas perusahaan, simbol citra, kualitas, kredibilitas, dan bonafiditas sebuah perusahaan. Logo dan *Brand Image* adalah dua hal yang berbeda. Keduanya sama-sama tidak bisa bekerja efektif tanpa dukungan satu sama lain. *Brand*

Image membutuhkan logo sebagai representasi utama dalam membangun citra perusahaan. Sebaliknya, logo membutuhkan *brand image* untuk mencapai fungsinya melalui bentuk-bentuk yang lebih spesifik dalam membangun citra positif kepada konsumen. Dengan adanya *corporate identity*, pengenalan konsumen akan perusahaan akan bertambah. Melalui pengenalan tersebut akan timbul kepercayaan konsumen, sehingga citra atau *image* yang hendak ditampilkan akan melekat di benak konsumen, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian.

Konsep Perancangan

Identitas yang Ingin Ditonjokan

Toko Buku Nusantara merupakan usaha dagang dalam bidang pendidikan yang menyediakan buku pelajaran, umum, agama, fiksi, dan peralatan sekolah. Dengan pengalaman enam puluh tahun dalam industri buku, Toko Buku Nusantara ingin menunjukkan keunggulannya yang selama ini belum cukup dikenal masyarakat, mengenai identitas dan citra yang ingin ditampilkan. Sebab identitas dapat menjadi suatu hal yang membedakan perusahaan dengan pesaingnya. Dengan adanya identitas, pengenalan konsumen akan perusahaan akan bertambah. Melalui pengenalan tersebut akan timbul kepercayaan konsumen, sehingga citra atau *image* yang hendak ditampilkan akan melekat di benak konsumen, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian.

Toko Buku Nusantara sebagai sebuah usaha dagang memiliki identitas perusahaan yang ingin ditonjokkan. Identitas tersebut adalah sebagai usaha dagang terdepan di Bojonegoro yang bergerak dalam dunia pendidikan sejak tahun 1953. Sesuai dengan visi/misi Toko Buku Nusantara untuk membangun toko buku yang terdepan di Bojonegoro, guna membantu menceerdaskan kehidupan seluruh masyarakat Bojonegoro, terutama dalam bidang pendidikan.

Citra Visual yang Ingin Ditampilkan

Citra visual yang ingin ditampilkan untuk mewujudkan visi/misi Toko Buku Nusantara sebagai usaha dagang terdepan di Bojonegoro adalah:

- Modern*, agar dapat mengikuti perkembangan jaman.
- Dinamis, menggambarkan semangat yang penuh sehingga cepat bergerak dan mudah menyesuaikan dengan perkembangan jaman.
- Kokoh berdiri sejak tahun 1953 hingga saat ini.
- Membanggakan masyarakat Bojonegoro.
- Murah, dalam arti harga.
- Menggambarkan dunia pendidikan, melalui penjualan buku pelajaran.

Strategi Kreatif

Unsur-unsur Ikonik yang Relevan

Identitas perusahaan (*corporate identity*) tidak terlepas dari unsur-unsur ikonik yang ditampilkan, yang memiliki arti tersendiri bagi sebuah perusahaan. Unsur-unsur ikonik yang digunakan dalam perancangan *corporate identity* Toko Buku Nusantara adalah:

- a. Segi empat : menggambarkan kokoh, teguh, kejujuran.
- b. Lingkaran : menggambarkan dinamis, dapat diandalkan, sempurna.
- c. Garis miring : menggambarkan dinamis, bergerak.
- d. Garis mendatar : menggambarkan tentram, formal, tenang.
- e. Garis tegak : menggambarkan kokoh, terkemuka, kekuatan, aktif.
- f. Segi tiga : menggambarkan kokoh, sejahtera, kekuatan, bernilai, sukses, sejahtera, keamanan, teguh.

Unsur-unsur ikonik diatas akan diolah dalam proses perancangan *corporate identity* menjadi ikonik gabungan antara “burung hantu” dan”buku”. Ikonik buku menggambarkan Toko Buku Nusantara yang menjual buku, sedangkan burung hantu menggambarkan ilmu pengetahuan, pendidikan, dan lambang kebijaksanaan. Seperti disebutkan bahwa kaitan burung hantu dengan ilmu pengetahuan berawal dari Yunani Kuno, tempat Atena yang ramai dengan seni dan ilmu, memiliki burung hantu sebagai simbolnya (Basri, 2012).

Warna Dasar

Warna memegang peran penting dalam proses perancangan identitas perusahaan, karena setiap warna dapat melambangkan sifat/karakter tertentu. Warna yang akan digunakan dalam perancangan *corporate identity* Toko Buku Nusantara sesuai dengan identitas dan citra yang ingin ditampilkan adalah:

- a. Jingga /Oranye
Menggambarkan semangat, merdeka, serta dapat menimbulkan kesan murah, dalam arti harga. Bagi masyarakat Bojonegoro, warna oranye adalah warna kebanggaan. Sebab warna oranye adalah warna kostum kebesaran tim sepak bola Bojonegoro, yaitu Persibo (“Boromania: Investor Jangan Rubah Kostum”, par.1).
- b. Biru
Menggambarkan kecerdasan, kebenaran, keyakinan, kemurahan hati, keteguhan iman.
- c. Hitam
Menggambarkan kekuatan, tajam, formal, bijaksana, keanggunan (*elegance*).

Warna-warna tersebut akan digunakan dan diolah untuk menghasilkan identitas perusahaan yang sesuai dengan karakter dan citra yang hendak ditampilkan oleh Toko Buku Nusantara.

Tipe atau Jenis Huruf

Tipografi sebagai sebuah representasi visual dari bentuk komunikasi secara verbal, merupakan property visual yang pokok dan efektif dalam perancangan identitas perusahaan. Tipe atau jenis huruf yang akan digunakan dalam perancangan *corporate identity* Toko Buku Nusantara adalah tipe huruf *Sans Serif*, dengan cirinya tidak memiliki kaki pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Misalnya: *Adobe Fan Heiti Std B, Arial, Calibri, Microsoft Sans Serif*, dan sebagainya.

Jenis huruf *Sans Serif* menggambarkan kesan *modern*, kontemporer, efisien, sesuai dengan citra visual yang ingin ditampilkan Toko Buku Nusantara.

Contoh huruf *Sans Serif*:

- a. *Arial*: A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / \ ? & * %
@ ! { } [] : ; ‘ ” < > | _ - + = ()
- b. *Calibri*: A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V
W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / \ ? & * % # @ ! { } []
: ; ‘ ” < > | _ - + = ()

Gaya Penampilan Grafis

Untuk menciptakan tampilan yang *modern* dan dinamis dalam perancangan *corporate identity* Toko Buku Nusantara, maka digunakan gaya penampilan grafis yang *simple* dan minimalis.

Proses Desain

Data Visual: Bentuk Ikonik dan Bentuk Simbolik

Ikonik dari kata dasar ikon yang berarti tanda yang bisa menggambarkan ciri utama sesuatu meskipun objek tersebut tidak hadir. Ikon merupakan representasi dari suatu benda fisik yang mempunyai sifat menyerupai. Bentuk Ikonik yang pertama adalah “buku” untuk menggambarkan usaha dagang Toko Buku Nusantara, dan bentuk ikonik yang kedua adalah “Burung Hantu” yang menggambarkan ilmu pengetahuan dan pendidikan.

Kemudian yang ketiga adalah huruf “NN” untuk inisial Nusantara yang terdiri dari 2 huruf “N”. Berikut ini adalah bentuk Ikonik yang telah dibuat dalam tahap awal perancangan, yang nantinya akan diproses lebih lanjut pada tahap berikutnya :



Gambar 5. Bentuk Ikonik 1



Gambar 6. Bentuk Ikonik 2



Gambar 7. Bentuk Ikonik 3



Gambar 8. Bentuk Ikonik 4



Gambar 9. Bentuk Ikonik 5

Data Visual: Bentuk atau Tipe atau Jenis Huruf

Jenis huruf yang akan digunakan dalam perancangan *corporate identity* Toko Buku Nusantara adalah jenis huruf *sans serif*, yang memberikan kesan *modern*, kontemporer, dan efisien sesuai dengan citra visual yang hendak ditampilkan Toko Buku Nusantara. Berikut adalah beberapa pilihan jenis huruf *sans serif* :

NUSANTARA

Gambar 10. Jenis huruf *Montserrat*

NUSANTARA

Gambar 11. Jenis huruf *DiscoTechia*

NUSANTARA

Gambar 12. Jenis huruf *Crixus*

NUSANTARA

Gambar 13. Jenis huruf *Ciudad Nueva Caps*

NUSANTARA

Gambar 14. Jenis huruf *Burger Joint JI*

NUSANTARA

Gambar 15. Jenis huruf *AC Thermes Solid*

NUSANTARA

Gambar 16. Jenis huruf *Halfself Hero*

Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Bentuk Simbolik

Bentuk logo awal yang telah dipilih selanjutnya akan diproses lebih lanjut untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan identitas dan citra visual yang hendak ditampilkan Toko Buku Nusantara. Berikut pengembangan bentuk ikonik menjadi bentuk simbolik :



Gambar 17. Proses pengembangan logo

Melalui proses pengembangan logo, didapatkan sebuah hasil akhir berupa logogram yang modern, menggambarkan dunia pendidikan, dan membanggakan nama Bojonegoro.

Pengolahan Bentuk Huruf Menjadi Bentuk *Logotype*
 Jenis huruf yang telah dipilih kemudian diproses lebih lanjut untuk mendapatkan logotype yang terbaik dan sesuai dengan Toko Buku Nusantara. Serta adanya penambahan tagline pada logo yang juga menggunakan font sans serif yaitu “Kalinga” dengan tagline “Memberi Lebih”. Tagline tersebut memiliki makna bahwa kehadiran Toko Buku Nusantara selalu memberikan kelebihan pada konsumen, antara lain lebih lengkap (produk), lebih murah (harga), dan lebih mudah proses pembelannya (website, jasa antar, order by request). Berikut ini adalah proses pengolahan huruf menjadi *logotype* :



Gambar 18. Proses pengolahan *logotype*

Sintesis Atau Penggabungan Bentuk Simbolik Dengan Bentuk *Logotype*

Bentuk simbolik yang sudah dipilih, dan bentuk *logotype* yang sesuai kemudian diproses lagi untuk mendapat hasil akhir. Proses tersebut adalah penggabungan antara bentuk simbolik dan bentuk *logotype* menjadi satu kesatuan logo yang utuh. Berikut adalah penggabungan antara bentuk simbolik dan bentuk *logotype* dari Toko Buku Nusantara :



Gambar 19. Penggabungan bentuk simbolik dengan *logotype*

Studi Penerapan Warna

Berikut ini adalah warna-warna yang digunakan pada logo Toko Buku Nusantara. Penggunaan warna menurut sistem CMYK :



Gambar 20. Studi Penerapan Warna

Penyajian Final Artwork



Gambar 21. Logo Final

Aplikasi Logo dalam Sistem *Corporate Identity*

Stationery



Gambar 22. Amplop



Gambar 23. Kop surat



Gambar 24. Notes



Gambar 25. Bolpoin



Gambar 32. Pembatas buku



Gambar 26. Map

Signage



Gambar 33. Papan nama

Merchandise



Gambar 27. Topi

Peralatan Kantor



Gambar 28. Gantungan kunci



Gambar 34. Kartu nama



Gambar 29. Pin peniti dan dasi



Gambar 35. Nota



Gambar 30. Mug



Gambar 36. Kartu identitas pegawai



Gambar 31. Kalender 2016



Gambar 37. Stempel



Gambar 38. Buku stok



Gambar 39. Barcode

Seragam



Gambar 40. Seragam

Kendaraan Kantor



Gambar 41. Kendaraan kantor

Elemen Interior



Gambar 42. Sign system

Elemen Eksterior



Gambar 43. X-banner (60x160 cm)

Media Kreatif



Gambar 44. Bantal sofa



Gambar 45. Stempel lilin



Gambar 46. Temporary Tattoo

Media Iklan



Gambar 47. Flyer

Media Interaktif



Gambar 48. Website

Company Profile

Company Profile adalah buku yang berisi informasi mengenai latar belakang sejarah, visi/misi, profile pemilik, informasi produk, fasilitas, program kerjasama dan promosi mengenai Toko Buku Nusantara Bojonegoro. Atau dapat dikatakan bahwa buku *Company Profile* merupakan keseluruhan data dan informasi mengenai perusahaan yang bersangkutan dengan perancangan *Corporate Identity*, yaitu Toko Buku Nusantara Bojonegoro.



Gambar 49. Buku *company profile*

GSM (*Graphic Standard Manual*)

GSM (Graphic Standard Manual) merupakan buku yang memuat aturan penggunaan logo, misalnya: grid system, clear area, variasi ukuran, pengaturan warna, dan sebagainya. Selain aturan penggunaan logo, terdapat aplikasi logo dalam sistem *Corporate Identity*.



Gambar 50. *GSM (Graphic Standard Manual)*

Simpulan

Melalui berbagai proses mulai dari menemukan identitas dan citra visual yang hendak ditampilkan, strategi kreatif untuk menentukan unsur-unsur ikonik yang relevan, warna dasar, tipe atau jenis huruf, gaya penampikan grafis, serta menganalisis kriteria-kriteria umum dan khusus untuk perancangan *corporate identity* berupa logo beserta aplikasinya, akhirnya tercipta sebuah identitas baru untuk Toko Buku Nusantara.

Identitas tersebut diciptakan untuk meningkatkan citra atau image Toko Buku Nusantara yang sesuai dengan karakter, visi/misi, serta keunggulannya. Karena dengan tertanamnya citra positif dalam benak konsumen, akan menimbulkan kepercayaan pada merek tersebut, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan adanya *corporate identity* yang baru, Toko Buku Nusantara dapat dikenal, dibedakan dari perusahaan lainnya, serta mampu mengikuti perkembangan jaman, sekaligus menghadapi persaingan yang terjadi antar toko buku di Bojonegoro.

Ucapan Terima Kasih

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk, arahan, dan saran yang berarti sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini. Melalui lembaran halaman ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. DR. Drs. Bing Bedjo Tanudjaja, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membimbing serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan pengarahan dalam tugas akhir ini.
2. Daniel Kurniawan Salomoon S.Sn.,M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam memberikan pengarahan dalam tugas akhir ini.
3. Segenap dosen dan staff pengajar di Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.
4. Keluarga tercinta, atas doa, semangat, dukungan serta nasehatnya selama proses pelaksanaan tugas akhir ini.
5. Hariyanto Utomo, selaku pemilik Toko Buku Nusantara Bojonegoro, yang telah mengizinkan, memberi kesempatan, informasi, dan data yang membantu terlaksananya proses perancangan *corporate identity* pada Toko Buku Nusantara.
6. Diyas Dananto Utomo, Henry Yudha, Felicia Ivanna, Wilona Huang yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam pelaksanaan dan penyelesaian tugas akhir ini.
7. Teman-teman Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.
8. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan segala petunjuk, kritik, dan saran yang dapat membangun dari pembaca guna menunjang pengembangan dan perbaikan penulisan selanjutnya.

Akhir kata penulis memohon maaf atas apabila terjadi kesalahan dan kekurangan dalam penulisan kata-kata dalam tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi rekan mahasiswa yang melaksanakan perancangan *corporate identity*.

Daftar Referensi

- Anggoro, M.Linggar. *Teori dan Profesi Kehumas*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- “Boromania: Investor Jangan Rubah Kostum”. *Blokbojonegoro*. 07 Februari 2013. 31 Maret 2015. <<http://blokbojonegoro.com/m/berita/detail/14672-boromania-investor-jangan-rubah-kostum/>>.
- “Bupati Bojonegoro Suyoto Mengelola Dana Bagi Hasil Blok Cepu”. *Jawa Pos*. 7 Februari 2015. 12 Februari 2015. <<http://www.jawapos.com/baca/artikel/12555/BupatiBojonegoroSuyotoMengelolaDanaBagiHasilBlokCepu>>.
- Carter, David E. *How to Improve Your Corporate Identity*. New York: Art Direction Book Company. 1995.
- Craig, James and Susan E. Meyer. *Designing with Type: A Basic Course in Typography*. New York: Watson-Guption Publications, 1992.
- “Industry Info: Informasi Industri Buku Indonesia”. *Ikatan Penerbit Indonesia* 14 Maret 2014. 2 Februari 2015. <<http://ikapi.org/news/detail/industry-info/24/informasi-industri-buku-indonesia.html>>.
- Jefkins, Frank. *Public Relations* (Edisi ke-4). Jakarta: Erlangga. 1995.
- “Jumlah Pesra UN di Bojonegoro 31.657 Siswa”. *Blokbojonegoro* 07 Maret 2014. 16 Maret 2015. <<http://blokbojonegoro.com/m/berita/detail/23843-jumlah-peserta-un-di-bojonegoro-31657-siswa/>>.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2003.
- “Kebijakan Burung Hantu”. *Syafiqb.com* 4 Maret 2012. 4 Juni 2015. <<http://syafiqb.com/2012/03/04/kebijakan-Burung-Hantu/>>.
- “Kenalkan Penulis Lokal, TB Nusantara Bikin Rak Khusus”. *Blokbojonegoro*. 29 Mei 2012. 2 Februari 2015. <<http://blokbojonegoro.com/read/article/20120529/ken~alkan-penulis-lokal-tb-nusantara-bikin-rak-khusus.html>>.
- Kotler, Phillip, dan Gary Armstrong; Sihombing, Damos (Translator). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 1* (Edisi 8). Jakarta: Erlangga, 2001.
- Krisanjaya. *Teori Belajar Bahasa*. Jakarta: Universitas Terbuka, 1997.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Surabaya: Kencana, 2002
- Lasiman. *Kajian Makalah Komunikasi*. Bandung: ITB. 1992/1993.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2010.
- Murphy, John dan Michael Rowe. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: North Light Book, 1998.
- Rangkuti, Freddy. *Manajemen Pemasaran: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada, 2004.

Rustan, Suriyanto. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Sanyoto, Sadjiman Ebd. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.

“Selamat Datang di Situs Resmi Togamas”. *Toko Buku Diskon TOGAMAS*. 5 Maret 2015. <<http://togamas.co.id/>>.

Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.

Sugiono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfa Beta, 2009.

“Tidak Hanya Bisnis, namun Ada Kebanggaan Tersendiri”. *Jawa Pos Radar Bojonegoro*. 15 Januari 2015: 25.

Umar, Husein. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.