

### 3. KONSEP PERANCANGAN

#### 3.1. Konsep Kreatif

##### 3.1.1. Identitas yang Ingin Ditonjolkan

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 dibenak konsumen, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian.

Toko Buku Nusantara sebagai sebuah usaha dagang memiliki identitas perusahaan yang ingin ditonjolkan. 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 mencerdaskan kehidupan seluruh masyarakat Bojonegoro, terutama dalam bidang pendidikan.

##### 3.1.2. Citra Visual yang Ingin Ditampilkan

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

- a. *Modern*, agar dapat mengikuti perkembangan jaman.
- b. Dinamis, menggambarkan semangat yang penuh sehingga cepat bergerak dan mudah menyesuaikan dengan perkembangan jaman.
- c. Kokoh berdiri sejak tahun 1953 hingga saat ini.
- d. Membanggakan masyarakat Bojonegoro.

- e. Murah, dalam arti harga.
- f. Menggambarkan dunia pendidikan, melalui penjualan buku pelajaran.

### **3.2. Strategi Kreatif**

#### **3.2.1. 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).

#### **3.2.2. 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.

### 3.2.3. 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 . ,  
/ \ ? & \* % # @ ! { } [ ] : ; ‘ ” < > | \_ - + = ( )

### **3.2.4. 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.

## **3.3. Kriteria Desain**

### **3.3.1. Kriteria Umum**

Identitas perusahaan yang diharapkan oleh Hariyanto, pemilik Toko Buku Nusantara adalah sebuah logo beserta aplikasinya yang menggambarkan dunia pendidikan, guna membantu mencerdaskan kehidupan masyarakat Bojonegoro. Toko Buku Nusantara berupaya mencerdaskan kehidupan masyarakat Bojonegoro, terutama dalam bidang pendidikan dengan menjual berbagai macam jenis buku dan harga yang murah. Dapat disimpulkan, kriteria *corporate identity* yang diinginkan oleh Toko Buku Nusantara adalah modern, dinamis, simple, mudah diingat, dan menggambarkan dunia pendidikan.

### **3.3.2. Kriteria Khusus**

Kriteria khusus yang dapat menampilkan identitas dan citra yang hendak ditampilkan oleh Toko Buku Nusantara dapat dilihat berdasarkan visi dan misi dari Toko Buku Nusantara, yaitu:

- a. Visi : Membangun toko buku yang terdepan di Bojonegoro, guna membantu mencerdaskan kehidupan seluruh masyarakat Bojonegoro, terutama dalam bidang pendidikan.
- b. Misi : Memberikan kepuasan dan keuntungan kepada setiap konsumen, meliputi kemudahan proses pembelian, harga yang murah, pelayanan berkualitas dan bertanggung jawab, serta produk yang lengkap.

Selain visi dan misi tersebut, strategi khusus yang dibutuhkan Toko Buku Nusantara sebagai pembeda dengan pesainnya adalah meningkatkan citra atau *image* Toko Buku Nusantara meliputi keunggulannya yang tidak dimiliki kedua pesaingnya (Toko Buku Togamas dan Toko Buku Sumber Agung). Keunggulan tersebut antara

lain: Kelengkapan produk, harga yang murah, serta upaya Toko Buku Nusantara untuk memperkenalkan para penulis asli Bojonegoro kepada konsumen, yang secara tidak langsung membanggakan nama Bojonegoro.

### **3.4. Rencana Aplikasi Logo dalam Sistem *Corporate Identity***

Berikut ini adalah daftar rencana aplikasi logo dalam sistem *corporate identity* untuk Toko Buku Nusantara Bojonegoro:

- a. *Stationery*  
Meliputi: amplop, kop surat, notes, map, bolpoin.
- b. *Merchandise*  
Meliputi: topi, gantungan kunci, pin, mug, kalender, pembatas buku.
- c. *Signage*  
Meliputi: papan nama.
- d. Peralatan Kantor  
Meliputi: kartu nama, nota, buku stok, barcode, kartu identitas pegawai, stempel.
- e. Seragam Kantor  
Meliputi: seragam untuk bekerja.
- f. Kendaraan Kantor  
Meliputi: sepeda motor untuk jasa antar.
- g. Elemen Eksterior  
Meliputi: x-banner.
- h. Elemen Interior  
Meliputi: *sign system*.
- i. Media Kreatif  
Meliputi: bantal sofa, stempel lilin, *temporary tattoo*.
- j. Media Iklan  
Meliputi: flyer.
- k. Media interaktif  
Meliputi: website.

- l. *Company Profile*  
Buku yang berisi *public information* mengenai sebuah perusahaan berkaitan dengan latar belakang sejarah dari perusahaan, visi dan misi, dan lain sebagainya.
- m. *GSM (Graphic Standard Manual)*  
Buku yang berisi aturan-aturan pada penerapan logo.