

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *REBRANDING* PENERBIT BUKU CV PUSTAKA CEMERLANG GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelas Sarjana (S-1)



Oleh :

Nabila Alya Zahra

20052010106

Pembimbing 1 :

Aileena S.C.R.E.C., ST., M.Ds

Pembimbing 2 :

Alfian Candra Ayuswantana., ST., M.Ds

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2023/2024

HALAMAN PENGESAHAN

**PERANCANGAN *REBRANDING* PENERBIT BUKU CV PUSTAKA CEMERLANG
GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Disusun Oleh :

**NABILA ALYA ZAHRA
20052010106**

Telah Dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada Tanggal : 15 Mei 2024

Pembimbing I



**Aileena Solicitor C.R.E.C., ST., M.Ds
NPT. 182 19870119 076**

Pembimbing II



**Alfian Candra Ayuswantana., ST., M.Ds
NIP. 19880505 201903 1018**

Penguji I



**Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19910728 202203 1004**

Penguji II



**Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.
NIP. 19880428 201803 2001**

**Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)**

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



**Ibnu Sholichin, S.T., M.T
NIP3K. 19710916 202121 1004**


HALAMAN PERSETUJUAN
**PERANCANGAN *REBRANDING* PENERBIT BUKU CV PUSTAKA
CEMERLANG GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Disusun Oleh :
NABILA ALYA ZAHRA
20052010106

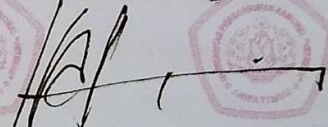
Telah Dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada Tanggal : 15 Mei 2024

Pembimbing I

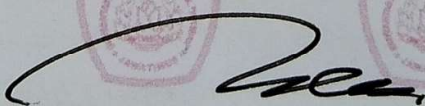

Aileena Solicitor C.R.E.C., ST., M.Ds
NPT. 182 19870119 076

Pembimbing II


Alfian Candra Ayuswantana., ST., M.Ds
NIP. 19880505 201903 1018

**Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)**

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Masnuna, S.T., M.Sn.
NIP3K. 198405122021212004

ABSTRAK

Indonesia dapat diklasifikasikan termasuk ke dalam negara industri berdasarkan proporsi ekonominya. Banyaknya sektor industri yang berkembang pesat yang salah satunya adalah industri penerbitan. Salah satunya yakni CV Pustaka Cemerlang, penerbit yang bergerak dibidang buku anak dengan mengungung konsep islam. Penerbit ini keberadaannya belum diketahui Sebagian besar Masyarakat Jawa Timur. Ketidak maksimal desain identitas visual juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap eksistensi penerbit ini. Berdasarkan kendala yang dihadapi oleh peneliti, maka peneliti menyusun perancangan ini dengan judul “Perancangan *Rebranding* Penerbit Buku CV Pustaka Cemerlang Guna Meningkatkan *Brand Awareness*”.

Metode yang digunakan dalam pembuatan perancangan ini adalah menggunakan metode kualitatif deskripsi dengan tiga tahapan yaitu tahap wawancara, tahap observasi di lapangan, dan tahapan penyebaran kuesioner kepada Masyarakat. Setelah memperoleh data yang diperlukan, hasil riset akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan TOWS. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan poin-poin penting yang ditemukan. Poin-poin kunci yang teridentifikasi kemudian diolah kembali menggunakan metode TOWS untuk mengevaluasi ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan yang dimiliki oleh penerbit ini. Setelah selesai proses analisis, menghasilkan konsep desain dengan kata kunci “Buku Anak Islami” yang mempunyai ciri khas tersendiri untuk produk yang dihasilkannya. Selanjutnya dibuatkan sebuah *tagline* dengan bahasa yang dipahami dan diingat oleh Masyarakat.

Brand awareness ini digagas sebagai alat komunikasi untuk mengembangkan citra merek dari penerbit buku anak ini agar lebih dikenal oleh masyarakat umum, terutama oleh orang tua dan pelaku pendidikan lainnya yang terlibat dalam dunia anak-anak. Dalam penyusunan rencana ini, penulis menyadari adanya sejumlah kesalahan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, dengan penerapan *rebranding* CV Pustaka Cemerlang yang konsisten diharapkan dapat membentuk citra merek yang kuat di benak masyarakat dan pada akhirnya meningkatkan kesadaran akan merek tersebut.

Kata Kunci : CV Pustaka Cemerlang, Penerbit, *Brand Awareness*, *Rebranding*

ABSTRACT

Indonesia can be classified as an industrial country based on its economic proportions. There are many industrial sectors that are developing rapidly, one of which is the publishing industry. One of them is CV Pustaka Cemerlang, a publisher operating in the field of children's books using Islamic concepts. The existence of this publisher is not yet known to most of the people of Java Island. The lack of optimal visual identity design is also one of the factors that causes low public awareness of the existence of this publisher. Based on the obstacles faced by the researcher, the researcher prepared this design with the title "Rebranding Design for CV Pustaka Cemerlang Book Publishers to Increase Brand Awareness".

The method used in making this design is a qualitative description method with three stages, namely the interview stage, the observation stage in the field, and the stage of distributing questionnaires to the public. After obtaining the necessary data, the research results will be analyzed using descriptive analysis and TOWS methods. Descriptive analysis is used to explain the important points found. The identified key points are then reprocessed using the TOWS method to evaluate the threats, opportunities, weaknesses and strengths of this publisher. After completing the analysis process, produce a design concept with the keyword "Islamic Children's Books" which has its own characteristics for the products it produces. Next, create a tagline in language that is understood and remembered by the public.

This brand awareness was initiated as a communication tool to develop the brand image of this children's book publisher so that it is better known by the general public, especially by parents and other educational actors involved in the world of children. In preparing this plan, the author realized that there were a number of errors that needed to be corrected. Therefore, with the consistent implementation of CV Pustaka Cemerlang rebranding, it is hoped that it can form a strong brand image in the minds of the public and ultimately increase awareness of the brand.

Keywords : *CV Pustaka Cemerlang, Publisher, Brand Awareness, Rebranding*

PERYATAAN ORISINIL TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 31 Mei 2024



Nabila Atya Zahra

KATA PENGANTAR

Peneliti mengungkapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang memungkinkan peneliti menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sukses dan lancar. Tugas Akhir ini berjudul "Perancangan *Rebranding* Penerbit Buku CV Pustaka Cemerlang Guna Meningkatkan *Brand Awareness*", sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Arsitektur dan Desain di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Tugas Akhir ini merupakan upaya dalam melakukan *Rebranding* Penerbit Buku CV Pustaka Cemerlang peneliti. Upaya ini melibatkan perancangan identitas visual seperti pembuatan logo dan *supergrafis*, perencanaan program *branding*, serta penerapan identitas visual ini pada berbagai media pendukung *branding* yang diperlukan. Melalui langkah-langkah ini, harapannya adalah dapat meningkatkan kesadaran Masyarakat maupun konsumen terhadap penerbit buku CV Pustaka Cemerlang.

Peneliti mengakui bahwa Tugas Akhir ini tidak akan berhasil tanpa kerjasama, bantuan, arahan, dan nasihat dari berbagai individu selama proses penyelesaiannya. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT.
2. Nabi sebagai junjungan kita, Nabi Muhammad SAW.
3. Orang tua yang secara sepenuh hati memberikan doa dan dukungan dalam segala aspek, baik secara moral maupun finansial.
4. Ibu Aileena Solicitor C.R.E.C., ST., M.Ds dan Bapak Alfian Candra Ayuswantana., ST., M.Ds selaku Dosen Pembimbing 1 dan 2 peneliti yang senantiasa memberikan arahan agar peneliti dapat menciptakan karya-karya yang luar biasa dan memiliki manfaat bagi orang di sekitar peneliti.
5. Bapak Bayu Setiawan, S.Sn.,M.Sn. dan Ibu Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds. selaku Dosen penguji 1 dan 2 peneliti yang secara konsisten memberikan masukan yang berguna untuk meningkatkan perancangan tugas akhir ini menjadi lebih optimal.
6. Pemilik usaha penerbit buku CV Pustaka Cemerlang, Bapak Arif Nasution dan Ibu Riza Fitria yang telah dengan sukarela menjadi narasumber, memberikan bantuan, dan memberikan dukungan penting dalam perancangan tugas akhir ini.

7. Kepada NIM 2002015129 yang telah memberikan semangat dan *support* yang tulus hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
8. Profesional Brand Designer Brand Dan Logo Profesional, Bapak Adnan Mardiansyah Putra, S.Sn. yang sudah berkenan meluangkan waktu menjadi narasumber, serta berbagi keilmuan dibidang *branding* dan logo dengan sepenuh hati.
9. Kepada seluruh dosen DKV Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik peneliti. Dan membagi ilmu yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
10. Kepada teman-teman DKV Angkatan 2020 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan Tugas Akhir, memberikan dukungan satu sama lain hingga akhirnya, dan dengan tekad yang kuat, tanpa pernah menyerah.
11. Teman-teman Kos Pak Diky V-11 yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Semua individu yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam usaha peneliti untuk selalu berkarya, meskipun tidak memungkinkan untuk menyebutkan mereka secara detail.

Dengan laporan dan perancangan ini, peneliti berharap agar hasil karya ini dapat memberikan banyak nilai positif bagi para pembacanya. Selain itu, peneliti juga ingin bahwa laporan dan perancangan ini dapat menginspirasi pembaca untuk terus menjalani proses kreatif dan berkarya.

Surabaya, 31 Mei 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, followed by the initials 'AZ'.

Nabila Alya Zahra

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
PERYATAAN ORISINIL TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Tujuan Perancangan	9
1.6 Manfaat Perancangan	10
1.6.1 Manfaat Untuk Peneliti :	10
1.6.2 Manfaat Untuk Perusahaan :.....	10
1.6.3 Manfaat Untuk Masyarakat :.....	10
1.7 Kerangka Perancangan	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....	14
2.1 Definisi Operasional	14
2.1.1 Definisi <i>Rebranding</i>	14
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.3 CV Pustaka Cemerlang.....	15
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 CV Pustaka Cemerlang.....	15
2.3 Tinjauan Branding	17
2.3.1 ReBranding	18

2.3.2	Market Segmentation.....	19
2.3.3	Positioning.....	20
2.3.4	Brand Image	20
2.3.5	Brand Awareness.....	21
2.4	Tinjauan Identitas Visual	22
2.4.1	Logo	23
2.4.2	<i>Tagline</i>	25
2.4.3	<i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	25
2.4.4	<i>Media Branding</i>	26
2.5	Tinjauan Desain Komunikasi Visual	27
2.5.1	Elemen-Elemen Desain.....	28
2.5.2	Tipografi.....	31
2.5.3	Warna	35
2.6	Studi Eksisting.....	41
2.6.1	CV Pustaka Cemerlang.....	41
2.6.2	LOGO	42
2.6.3	Media Sosial	43
2.6.4	Media Promosi Brosur.....	46
2.6.5	Kesimpulan Studi <i>Eksisting</i>	49
2.7	Studi Kompetitor	49
2.8	Studi Komparator	55
2.8.1	Deskripsi Merek.....	55
2.8.2	Logo	56
2.8.3	Media Sosial	57
2.8.4	Analisa Kelebihan dan Kekurangan Komparator	60
2.8.5	Kesimpulan Komparator	61
BAB III METODOLOGI DESAIN.....		62
3.1	Metode Perancangan	62
3.2	Objek Perancangan.....	62
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.3.1	Data Primer	63
3.3.2	Data Sekunder	66
3.3.3	Target <i>Audiens</i>	68
3.4	Teknik Analisa Data.....	69
3.4.1	Analisis Data Wawancara	70

3.4.2	Analisis Data Kuesioner	74
3.4.3	Analisis Data Observasi	75
3.5	Analisis Matriks Tows	79
3.6	Sintesa Data	83
3.7	<i>Unique Selling Proposition (USP)</i>	84
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN		85
4.1	Perumusan Konsep	85
4.1.1	Definisi Keyword	85
4.1.2	Makna Denotatif	86
4.1.3	Makna Konotatif	86
4.1.4	Konsep Verbal	87
4.1.5	Konsep Visual	87
4.1.6	Konsep Media	92
4.2	Proses Perancangan Desain	98
4.2.1	<i>Rough Desain</i> (sketsa kasar)	98
4.2.2	Kprehensif Desain	99
4.2.3	Validasi Desain	101
4.2.4	Desain Final (Final Artwork)	102
4.2.5	Supergrafis	102
4.3	Implementasi Desain	103
4.4	Rancangan Anggaran Proyek	110
4.4.1	Tarif Desainer	110
4.4.2	Biaya Produksi	111
BAB V PENUTUP		113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN		118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Foto Kantor CV Pustaka Cemerlang	3
Gambar 1. 2 Foto Bersama Pemilik CV Pustaka Cemerlang, IBu Fitri	4
Gambar 1. 3 Foto Bersama Pemilik CV Pustaka Cemerlang. Pak Arif.....	5
Gambar 1. 4 Logo CV Pustaka Cemerlang	5
Gambar 1. 5 Contoh Produk CV Pustaka Cemerlang	7
Gambar 1. 6 Kerangka Berpikir dalam merancang rebranding CV Pustaka Cemerlang	11
Gambar 2. 1 Struktur Tim CV Pustaka Cemerlang	16
Gambar 2. 2 Piramida Brand Awareness	22
Gambar 2. 3 Contoh picture mark dan letter mark.....	24
Gambar 2. 4 Contoh Picture mark ditambah dengan letter mark	24
Gambar 2. 5 Contoh letter mark saja.....	24
Gambar 2. 6 Kumpulan Titik.....	28
Gambar 2. 7 Macam-Macam Garis	29
Gambar 2. 8 Berbagai Macam Bentuk Bidang.....	29
Gambar 2. 9 Tekstur	30
Gambar 2. 10 Elemen Ruang.....	30
Gambar 2. 11 Warna	31
Gambar 2. 12 Tipografi Serif.....	32
Gambar 2. 13 Tipografi Script.....	33
Gambar 2. 14 Tipografi Monospace	33
Gambar 2. 15 Tipografi Display	34
Gambar 2. 16 Tipografi Dekoratif	34
Gambar 2. 17 Logo Warna Merah	35
Gambar 2. 18 Logo Warna Oranye.....	35
Gambar 2. 19 Logo Warna Kuning Logo Warna Oranye	36
Gambar 2. 20 Logo Warna Biru	37
Gambar 2. 21 Logo Warna Hijau.....	37
Gambar 2. 22 Logo Warna Hitam.....	38
Gambar 2. 23 Kemasan Warna Putih.....	38
Gambar 2. 24 Kemasan Warna Coklat	39
Gambar 2. 25 Dua Logo CV Pustaka Cemerlang.....	42

Gambar 2. 26 Feeds Instagram CV Pustaka Cemerlang.....	43
Gambar 2. 27 Brosur Penjualan CV Pustaka Cemerlang, Depan.....	46
Gambar 2. 28 Brosur Penjualan CV Pustaka Cemerlang, Belakang	47
Gambar 2. 29 Logo Penerbit Serba Jaya	50
Gambar 2. 30 Feed Instagram Penerbit Serba Jaya	51
Gambar 2. 31 Logo Penerbit ziyadbooks	56
Gambar 2. 32 Feed Instagram Penerbit ziyadbooks	57
Gambar 3. 1 Manager Operasional dan Admin, Ibu Riza Fitria.....	64
Gambar 3. 2 Direktur dan Pemasaran, Bapak Arif Nasution.....	64
Gambar 3. 3 Desainer Brand Dan Logo Profesional, Bapak Adnan Mardiansyah Putra	65
Gambar 3. 4 Foto Bersama Narasumber Ke Dua	65
Gambar 3. 5 Kantor CV Pustaka Cemerlang.....	77
Gambar 3. 6 Kwitansi CV Pustaka Cemerlang	77
Gambar 3. 7 Stempel CV Pustaka Cemerlang.....	77
Gambar 3. 8 Nota Pengiriman CV Pustaka Cemerlang.....	78
Gambar 3. 9 Contoh Produk Buku Cerita Anak	78
Gambar 3. 10 Brosur Pemasaran Produk.....	79
Gambar 4. 1 Mind Mapping Keyword CV Pustaka Cemerlang.....	85
Gambar 4. 2 Diagram Kuesioner Logo	85
Gambar 4. 2 Diagram Kuesioner Logo	88
Gambar 4. 3 Logo Erlangga for Kids	89
Gambar 4. 4 Logo Ziyad Books	89
Gambar 4. 5 Palet warna hijau.....	89
Gambar 4. 6 Palet warna oranye.....	90
Gambar 4. 7 Supergrafis Taman Burung	90
Gambar 4. 8 Contoh Layout Unity	91
Gambar 4. 9 Baloo Bhaijaan 2 Medium	91
Gambar 4. 10 Jreeng.....	92
Gambar 4. 11 Montserrat.....	92
Gambar 4. 12 Sketsa icon.....	98
Gambar 4. 13 Sketsa Kasar Alternatif Logo.....	98
Gambar 4. 14 Alternatif Sketsa terpilih 1	99
Gambar 4. 15 Alternatif 1 Logo Digital	99

Gambar 4. 16 Alternatif Sketsa Terpilih 2	99
Gambar 4. 17 Alternatif 2 Logo Digital	99
Gambar 4. 18 Alternatif Sketsa Terpilih 3	100
Gambar 4. 19 Alternatif 3 Logo Digital	100
Gambar 4. 20 Alternatif Sketsa Terpilih 3 (Revisi)	100
Gambar 4. 21 Alternatif 3 Logo Digital (Revisi).....	100
Gambar 4. 22 Alternatif Sketsa Terpilih 4.....	101
Gambar 4. 23 Alternatif 4 Logo Digital	101
Gambar 4. 24 Validasi Logo.....	101
Gambar 4. 25 Logo Final.....	102
Gambar 4. 26 Supergrafis Pustaka Cemerlang.....	102
Gambar 4. 27 Implementasi Media Graphic Standard Manual.....	103
Gambar 4. 28 Implementasi Media Seragam	104
Gambar 4. 29 Alternatif Stand Booth Desain 1	104
Gambar 4. 30 Alternatif Stand Booth Desain 2	104
Gambar 4. 31 Terpilih Desain Booth 1	105
Gambar 4. 32 Desain Website Alternatif 1 dan Alternatif 2	105
Gambar 4. 33 Media Sosial Instagram	106
Gambar 4. 34 Stationary Pustaka Cemerlang.....	106
Gambar 4. 35 Brosur Pustaka Cemerlang	107
Gambar 4. 36 Kartu Nama Pustaka Cemerlang.....	107
Gambar 4. 37 Katalog Pustaka Cemerlang.....	108
Gambar 4. 38 Goodie Bag Pustaka Cemerlang	108
Gambar 4. 39 Identitas Sign Pustaka Cemerlang	109
Gambar 4. 40 Shoppe Pustaka Cemerlang	109
Gambar 4. 41 X-Banner Pustaka Cemerlang.....	110
Lampiran 1 Wawancara Bapak Adnan Via WhatsApp	129
Lampiran 2 Wawancara Bapak Adnan Via WhatsApp	129
Lampiran 3 Kuesioner Pertanyaan 1	130
Lampiran 4 Kuesioner Pertanyaan 2	130
Lampiran 5 Kuesioner Pertanyaan 3	130
Lampiran 6 Kuesioner Pertanyaan 4	131
Lampiran 7 Kuesioner Pertanyaan 5	131

Lampiran 8 Kuesioner Pemilihan Logo.....131

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Logo CV Pustaka Cemerlang.....	42
Tabel 2. 2 Analisis Media Sosial (Instagram) CV Pustaka Cemerlang	44
Tabel 2. 3 Analisis Brosur CV Pustaka Cemerlang	47
Tabel 2. 4 Analisis Logo Penerbit Serba Jaya	50
Tabel 2. 5 Analisis Media Sosial Instagram Penerbit Serba Jaya.....	52
Tabel 2. 6 Analisis Logo Ziyadbooks	56
Tabel 2. 7 Analisis Media Sosial Instagram Ziyadbooks.....	58
Tabel 3. 1 Analisis Matriks Tows	79
Tabel 4. 1 Program Branding.....	93
Tabel 4. 2 Tarif Desainer 6 Bulan.....	110
Tabel 4. 3 Biaya Produksi.....	111