

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*
KOMUNITAS LITERASI RUMAH DUNIA BANTEN
GUNA MENINGKATKAN CITRA KOMUNITAS



PERANCANGAN KARYA DESAIN

Oleh:

MUADZ SYAFIQ

NIM: 1912628024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2024

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*
KOMUNITAS LITERASI RUMAH DUNIA BANTEN
GUNA MENINGKATKAN CITRA KOMUNITAS



KARYA DESAIN

MUADZ SYAFIQ

NIM: 1912628024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang

Desain Komunikasi Visual

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Perancangan berjudul :

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* KOMUNITAS LITERASI RUMAH DUNIA BANTEN GUNA MENINGKATKAN CITRA KOMUNITAS diajukan oleh Muadz Syafiq, NIM 1912628024 Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Program Studi : 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 11 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NIP/NIDN 19700106 200801 1 017 / 0006017002

Pembimbing II/Anggota

Alit Ayy Dewantari, M.Sn.

NIP/NIDN 19890613 202012 2 013 / 0013068909

Cognate/Anggota

Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.

NIP/NIDN 19810615 201404 1 001 / 0015068106

Ketua Program Studi

Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP/NIDN 19870103 201504 1 002 / 0003018706

Ketua Jurusan

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP/NIDN 19770315 200212 1 005 / 0015037702

Mengetahui

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP/NIDN 19701019 199903 1 001 / 0019107005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUADZ SYAFIQ

NIM : 1912628024

Fakultas : SENI RUPA

Jurusan : DESAIN

Program Studi : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* KOMUNITAS LITERASI RUMAH DUNIA BANTEN GUNA MENINGKATKAN CITRA KOMUNITAS** merupakan karya asli penulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi atau instansi mana pun; kecuali bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini dibuat oleh penulis dengan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, Januari 2024

Muadz Syafiq

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Melalui surat pernyataan ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Muadz Syafiq
Tempat, Tanggal Lahir : Serang, 9 November 1998
NIM : 1912628024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni Rupa
Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan Karya Tugas Akhir yang berjudul **PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* KOMUNITAS LITERASI RUMAH DUNIA BANTEN GUNA MENINGKATKAN CITRA KOMUNITAS** saya berikan kepada pihak UPT Perpustakaan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan karya tersebut ke dalam internet sebagai pembelajaran dan kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin selama mencantumkan nama penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Yogyakarta, Januari 2024

Muadz Syafiq

KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur atas kehadiran Allah SWT yang memberikan anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul "Perancangan *Brand Identity* Komunitas Literasi Rumah Dunia Banten Guna Meningkatkan Citra Komunitas". Tugas ini menjadi syarat kelulusan dan perolehan gelar Sarjana strata satu dari Fakultas Seni Rupa, Jurusan Desain, Program Studi Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Meskipun karya ini jauh dari kata sempurna, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai evaluasi dan pembelajaran. Diharapkan tugas akhir ini dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi bagi pembaca, terutama mahasiswa Desain Komunikasi Visual.



Yogyakarta, Januari 2024

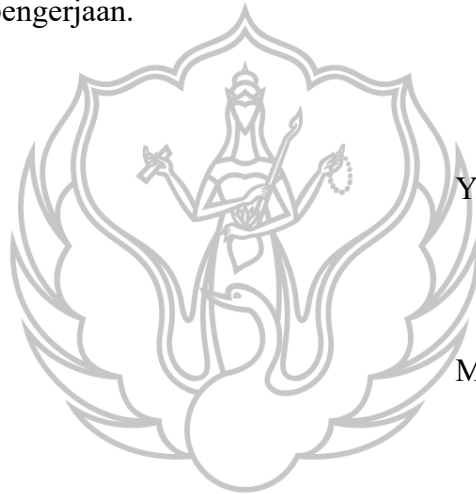
Muadz Syafiq

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang utama pada Allah *Subhanahu Wata'ala* karena limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya akhirnya penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam perancangan ini. Saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn. selaku rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn., MT. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Daru Tunggul Aji, S.S., M.A. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Bapak P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen wali sekaligus Dosen pembimbing I, atas segala arahannya dalam membimbing dan memberikan kepercayaan diri kepada penulis.
6. Ibu Alit Ayu Dewantari, M.Sn. selaku pembimbing II, atas segala bimbingan dan masukan dalam penyusunan tugas akhir ini, serta kesabarannya dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
7. Untuk Abi dan Ummi, atas segala doa, dukungan, kepercayaan, serta kesabaran yang telah diberikan tanpa henti kepada anak-anaknya. Terima kasih sebesar-besarnya. Penulis selalu sayang Abi dan Ummi.
8. Untuk Ara, Ammar, Aisyah yang telah menjadi adik terbaik dan selalu memberi banyak dukungan dari rumah.
9. Untuk Andi Firda Arifa Nurwirda F., yang telah memberi berbagai dukungan dan semangat, dengan berbagai cara yang kamu lakukan. Terima kasih banyak.
10. Kepada Bapak Gol A Gong dan Ibu Tias Tatanka, selaku Pendiri Rumah Dunia, yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan Rumah Dunia sebagai objek perancangan, serta terima kasih atas waktu dan segala bantuannya.

11. Untuk Ariq, Widya, Taufik, Wening, Gandes, Dara dan Fairuz yang dengan senang hati menjadi sahabat baik dan memberi banyak dukungan sepanjang masa perkuliahan.
12. Untuk Abu dan Miso, terima kasih sudah menjadi kucing lucu dan menggemaskan. Semoga selalu sehat dan bahagia.
13. Untuk Gabriel Firmansyah dan Iqbal Subhan yang telah bersedia namanya dituliskan pada *mockup* kartu identitas.
14. Kepada teman-teman angkatan Randatapak yang sangat amat penulis cintai dan banggakan. Kalian semua hebat.
15. Dan seluruh teman-teman yang penulis kenal selama berkuliah di ISI Yogyakarta.
16. Kepada seluruh pihak yang telah membantu proses perancangan dari awal sampai selesai pengerjaan.



Yogyakarta, Januari 2024

Muadz Syafiq

ABSTRAK

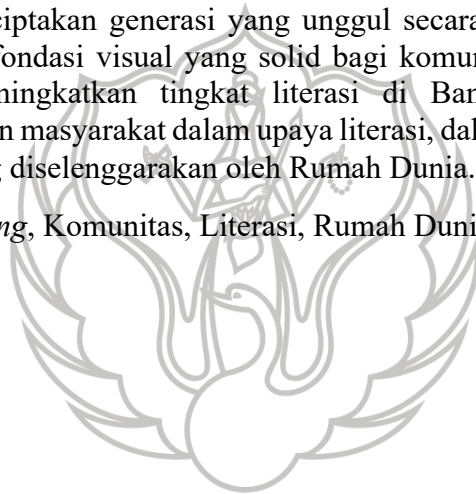
PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* KOMUNITAS LITERASI RUMAH DUNIA BANTEN GUNA MENINGKATKAN CITRA KOMUNITAS

Muadz Syafiq

1912628024

Literasi, khususnya membaca dan menulis, memainkan peran penting dalam perkembangan awal individu dan peningkatan prestasi akademik. Pemahaman terhadap literasi telah berkembang dari sekadar kemampuan membaca dan menulis menjadi aplikasi yang luas dalam berbagai bidang keilmuan, terutama dengan dampak teknologi pada kebiasaan membaca dan menulis, termasuk penggunaan media sosial. Rumah Dunia, sebuah komunitas literasi di Kota Serang, Banten, didirikan dengan tujuan mencerdaskan generasi melalui berbagai kegiatan literasi. Meskipun memiliki komitmen yang kuat, komunitas ini belum memiliki identitas visual yang konsisten untuk merepresentasikan nilai-nilai yang mereka anut. Merancang identitas visual yang konsisten dan representatif adalah langkah krusial bagi Rumah Dunia dalam membangun citra yang kuat dan meningkatkan pengaruh mereka dalam menciptakan generasi yang unggul secara literasi. Pendekatan ini dapat memberikan fondasi visual yang solid bagi komunitas, mendukung tujuan mereka dalam meningkatkan tingkat literasi di Banten, serta memperkuat keterlibatan mitra dan masyarakat dalam upaya literasi, dalam kerelawanan maupun dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh Rumah Dunia.

Kata kunci: *Branding*, Komunitas, Literasi, Rumah Dunia



ABSTRACT

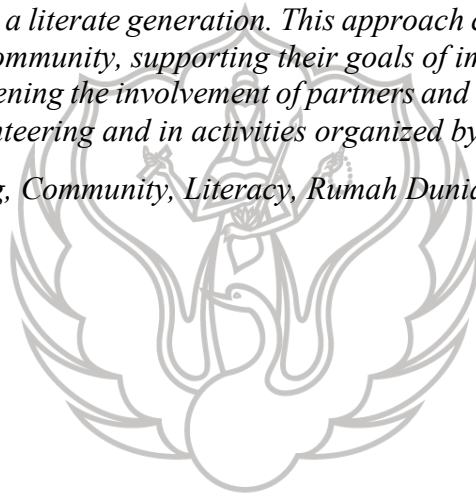
BRAND IDENTITY DESIGN OF THE LITERACY COMMUNITY RUMAH DUNIA BANTEN TO ENHANCE COMMUNITY IMAGE

Muadz Syafiq

1912628024

Literacy, especially reading and writing, plays a crucial role in the early development of individuals and academic achievement. Understanding literacy has evolved from just the ability to read and write to a broad application in various fields of knowledge, particularly with the impact of technology on reading and writing habits, including the use of social media. Rumah Dunia, a literacy community in the city of Serang, Banten, was established with the goal of educating the younger generation through various literacy activities. Despite having a strong commitment, this community lacks a consistent visual identity to represent the values they adhere to. Designing a consistent and representative visual identity is a crucial step for Rumah Dunia in building a strong image and enhancing their influence in creating a literate generation. This approach can provide a solid visual foundation for the community, supporting their goals of improving literacy rates in Banten and strengthening the involvement of partners and the community in literacy efforts, both in volunteering and in activities organized by Rumah Dunia.

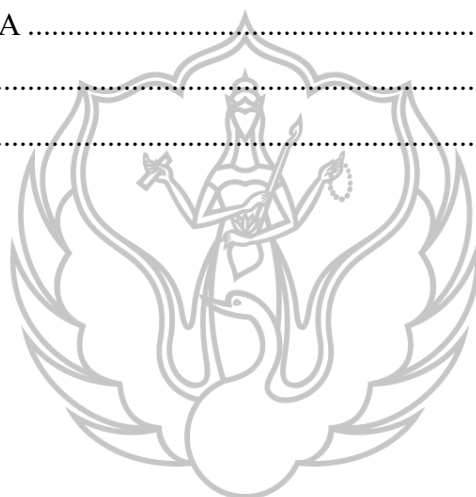
Keywords: Branding, Community, Literacy, Rumah Dunia



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH..	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Lingkup Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan	5
F. Metode Perancangan	5
G. Metode Analisis Data	6
H. Konsep Perancangan	7
I. Skematika Perancangan	8
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA.....	9
A. Data Objek Perancangan	9
B. Studi Pustaka	21
C. Analisis Data	30
D. Usulan Pemecahan Masalah.....	31
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	32
A. Tujuan Perancangan	32
B. Konsep Kreatif	32
C. Strategi Kreatif.....	34
D. Kriteria Desain	40

E. Rencana Aplikasi Logo dalam <i>Brand Identity System</i>	43
BAB IV VISUALISASI.....	53
A. Penyajian Data Visual	53
B. Pengembangan Bentuk Logo	58
C. Penggabungan Bentuk Simbolik dengan <i>Logotype</i>	65
D. Evaluasi Penentuan Alternatif Terbaik	66
E. Logo Terpilih	67
F. Elemen Grafis.....	80
G. Aplikasi Logo dan Elemen Grafis dalam Sistem <i>Corporate Identity</i>	92
BAB V PENDAHULUAN	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMAN	113
LAMPIRAN.....	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Novel fenomenal Gol A Gong, Balada Si Roy: Joe.....	10
Gambar 2 Perpustakaan Rumah Dunia	15
Gambar 3 Mobil perpustakaan keliling milik Rumah Dunia.....	15
Gambar 4 Gedung auditorium Rumah Dunia	16
Gambar 5 Panggung terbuka.....	16
Gambar 6 Suasana Kelas Menulis Rumah Dunia	18
Gambar 7 Warna dengan kesan cerah.....	37
Gambar 8 Helvetica sebagai salah satu <i>font</i> berjenis <i>sans serif</i>	38
Gambar 9 Elemen visual pendukung <i>branding</i> dari Logo HUT RI ke-77.....	38
Gambar 10 Gaya ilustrasi pendukung <i>branding</i>	39
Gambar 11 Foto dengan tema literasi sebagai pendukung <i>branding</i>	40
Gambar 12 Logo simpel dari IBEP	41
Gambar 13 Penerapan elemen-elemen estetis pembentuk <i>brand identity</i>	42
Gambar 14 stasioneri keperluan alat-alat kantor.....	44
Gambar 15 <i>Merchandise</i> yang menarik dengan berbagai variasi media	45
Gambar 16 Pembatas buku pendukung <i>brand identity</i>	45
Gambar 17 Seragam kaos sebagai seragam	46
Gambar 18 <i>Signage</i> penanda arah.....	47
Gambar 19 Gaya desain simpel pada <i>livery</i> mobil.....	48
Gambar 20 Penerapan identitas visual pada kaca sebagai elemen eksterior.....	48
Gambar 21 Mural sebagai penerapan identitas visual pada elemen interior.....	49
Gambar 22 Penerapan logo pada <i>billboard</i>	50
Gambar 23 Papan nama sebagai media kreatif	50
Gambar 24 Konten sosial media sebagai media interaktif.....	51
Gambar 25 Salah satu bentuk dari <i>company profile</i>	52
Gambar 26 <i>Graphic Standart Manual</i>	52
Gambar 27 Visual Buku.....	53
Gambar 28 Visual ruang	54
Gambar 29 Gambaran ruang berbentuk kubus.....	54
Gambar 30 Visual rumah	55

Gambar 31 Visual pensil dan pulpen sebagai alat tulis.....	55
Gambar 32 Matahari bersinar sebagai visualisasi unggul.....	56
Gambar 33 Puncak gunung sebagai visualisasi unggul	56
Gambar 34 Day One <i>Font</i>	57
Gambar 35 Space Grotesk.....	57
Gambar 36 Sketsa perancangan logo Rumah Dunia.....	58
Gambar 37 Sketsa terpilih.....	59
Gambar 38 Eksplorasi logo alternatif 1	59
Gambar 39 Eksplorasi logo alternatif 2	60
Gambar 40 Eksplorasi logo alternatif 3	61
Gambar 41 Eksplorasi logo alternatif 4	62
Gambar 42 Logo alternatif 1 Rumah Dunia.....	63
Gambar 43 Logo alternatif 2 Rumah Dunia.....	63
Gambar 44 Logo alternatif 3 Rumah Dunia.....	63
Gambar 45 Logo alternatif 4 Rumah Dunia.....	64
Gambar 46 Penyesuaian <i>font</i> untuk digunakan menjadi <i>logotype</i>	64
Gambar 47 Alternatif <i>logotype</i> Rumah Dunia menggunakan <i>font</i> Days One.....	64
Gambar 48 Alternatif 1 logo Rumah Dunia.....	65
Gambar 49 Alternatif 2 logo Rumah Dunia.....	65
Gambar 50 Alternatif 3 logo Rumah Dunia.....	65
Gambar 51 Alternatif 4 logo Rumah Dunia.....	65
Gambar 52 Logo Tab Space.....	66
Gambar 53 Logo alternatif ketiga sebagai logo terpilih Rumah Dunia	68
Gambar 54 Warna primer Rumah Dunia	69
Gambar 55 Penerapan warna primer pada logo Rumah Dunia.....	69
Gambar 56 Warna sekunder Rumah Dunia	70
Gambar 57 Penerapan warna sekunder pada logo Rumah Dunia	70
Gambar 58 Penerapan warna positif-negatif pada logo Rumah Dunia.....	71
Gambar 59 Ukuran logo (atas ke bawah) panjang 6cm, 4cm, dan 2cm.....	71
Gambar 60 <i>Grid</i> logo Rumah Dunia.....	72
Gambar 61 <i>Grid logotype</i> Rumah Dunia	72
Gambar 62 <i>Grid</i> logo dan <i>logotype</i> Rumah Dunia	73

Gambar 63 Variasi <i>grid logotype</i> Rumah Dunia.....	73
Gambar 64 <i>Clear area</i> dari <i>logomark</i>	73
Gambar 65 <i>Clear area</i> dari logo Rumah Dunia.....	74
Gambar 66 Warna logo Rumah Dunia dengan latar belakang terang.....	74
Gambar 67 Warna logo Rumah Dunia dengan latar belakang terang.....	75
Gambar 68 Warna logo Rumah Dunia dengan latar belakang warna-warni	75
Gambar 69 Warna logo Rumah Dunia dengan latar belakang terang.....	75
Gambar 70 Warna logo Rumah Dunia dengan latar belakang warna logo.....	76
Gambar 71 Warna logo Rumah Dunia dengan latar belakang gambar.....	76
Gambar 72 Penerapan warna pada logo.....	77
Gambar 73 Warna logo Rumah Dunia dengan efek timbul.....	77
Gambar 74 Warna logo Rumah Dunia dengan efek corak	78
Gambar 75 Larangan penggunaan line pada logo.....	78
Gambar 76 Larangan kontras yang kurang antara latar dengan logo.....	78
Gambar 77 Larangan meregangkan logo	79
Gambar 78 Larangan menghilangkan elemen logo	79
Gambar 79 arangan menambahkan elemen di sekitar pada logo.....	79
Gambar 80 Larangan mengubah komposisi elemen logo.....	80
Gambar 81 Warna logo Rumah Dunia dengan latar belakang gambar.....	80
Gambar 82 Sketsa maskot Rumah Dunia.....	81
Gambar 83 Sketsa maskot Rumah Dunia.....	81
Gambar 84 Sketsa maskot Rumah Dunia.....	82
Gambar 85 Eksplorasi ekspresi dan mimik wajah maskot Rumah Dunia	82
Gambar 86 Maskot Rumah Dunia final	83
Gambar 87 Maskot Rumah Dunia final	83
Gambar 88 Maskot Rumah Dunia final	84
Gambar 89 Gaya maskot Rumah Dunia.....	84
Gambar 90 Gaya maskot Rumah Dunia.....	85
Gambar 91 Eksplorasi <i>pattern</i> dari pola menulis.....	86
Gambar 92 Eksplorasi <i>pattern</i> dari lekukan kertas	87
Gambar 93 Eksplorasi <i>pattern</i> dari pola bukaan dari lembar buku	88
Gambar 94 Digitalisasi <i>pattern</i> dari lekukan kertas.....	89

Gambar 95 Digitalisasi <i>pattern</i> dari pola menulis	90
Gambar 96 Variasi penerapan <i>pattern</i> dengan latar Gelap	91
Gambar 97 Variasi penerapan <i>pattern</i> dengan latar putih	91
Gambar 98 <i>Mockup</i> Stasioneri	92
Gambar 99 <i>Mockup</i> Pena	92
Gambar 100 <i>Mockup business card</i> tampak depan.....	93
Gambar 101 <i>Mockup business card</i> tampak belakang.....	93
Gambar 102 <i>Mockup business card</i>	93
Gambar 103 <i>Mockup Invitation card</i>	94
Gambar 104 <i>Mockup</i> Stasioneri	94
Gambar 105 <i>Mockup</i> kartu identitas	95
Gambar 106 <i>Mockup</i> kaos putih	95
Gambar 107 <i>Mockup</i> kaos indigo	96
Gambar 108 <i>Mockup tote bag</i>	96
Gambar 109 <i>Mockup</i> gantungan kunci	97
Gambar 110 <i>Mockup mug</i>	97
Gambar 111 <i>Mockup</i> pembatas buku	98
Gambar 112 <i>Mockup</i> pembatas buku	98
Gambar 113 <i>Mockup</i> pembatas buku	99
Gambar 114 <i>Mockup</i> seragam relawan	99
Gambar 115 <i>Mockup directional signage</i>	100
Gambar 116 <i>Mockup identification signage</i>	100
Gambar 117 <i>Mockup identification signage</i>	101
Gambar 118 <i>Mockup signage</i>	101
Gambar 119 <i>Mockup signage</i>	102
Gambar 120 <i>Mockup Pictogram signage</i>	102
Gambar 121 <i>Mockup</i> keterangan rak buku perpustakaan	103
Gambar 122 <i>Mockup</i> kaos tampak depan	103
Gambar 123 Pengaplikasian <i>visual identity</i> pada elemen eksterior	104
Gambar 124 Pengaplikasian <i>visual identity</i> pada gedung auditorium	104
Gambar 125 Pengaplikasian <i>visual identity</i> pada elemen interior	105
Gambar 126 <i>Mockup billboard</i> sebagai media iklan	105

Gambar 127 <i>Mockup banner</i>	106
Gambar 128 Plakat sebagai media kreatif.....	106
Gambar 129 Sosial media sebagai media kreatif.....	107
Gambar 130 Sosial media sebagai media kreatif.....	107
Gambar 131 <i>Graphic standart manual</i>	108



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Literasi (membaca dan menulis) menjadi pondasi awal seseorang untuk bisa menjangkau wawasan pengetahuan yang lebih luas. Menurut Sismulyasih (2018:68) kemampuan literasi di kelas awal berperan penting dalam menentukan keberhasilan belajar siswa. Dengan kebiasaan dan kecintaan membaca sejak dini, mereka menjadi mudah mempelajari apa pun, termasuk pelajaran di sekolah yang berefek pada meningkatnya prestasi akademik (Gong, 2012:10). Karenanya, proses belajar tentang membaca dan menulis sudah dikenalkan sejak pendidikan tingkat Taman kanak-kanak, dikenalkan dengan huruf, angka, dengan cara bermain. Kemudian dilanjutkan dengan membaca di tingkat Sekolah Dasar.

Musfiroh (dalam Ong, 1992) menjelaskan bahwa literasi saat ini tidak secara kaku diartikan hanya dengan membaca dan menulis saja, tetapi diartikan dalam makna yang lebih luas. Pemaknaan literasi saat ini mencakup pada pengaplikasian baca-tulis di berbagai bidang keilmuan yang di dalamnya meliputi sejarah manusia, filosofi, hingga sosial pendidikan. Pemaknaan yang lebih mendalam tentang literasi memberi kemampuan yang lebih luas untuk melihat perkembangan adaptasi dari makna literasi di berbagai bidang keilmuan. Hal tersebut diikuti dengan perkembangan teknologi yang berdampak pada kebiasaan juga perilaku dalam membaca dan menulis, seperti penggunaan sosial media guna penyebarluasan informasi yang lebih masif.

Perubahan media mempengaruhi kebiasaan membaca dan bertukar informasi, menjadi hal yang mempengaruhi pemaknaan literasi untuk lebih meluas. Derasnya informasi, memaksa kemampuan untuk memahami dan menganalisis terus bertambah, agar tidak terjebak dalam informasi yang simpang siur.

Kemampuan literasi yang baik, akan membantu memahami dan menganalisis informasi dengan bijak, dan hal tersebut adalah salah satu bentuk kasus yang sejalan dengan tujuan dari terbentuknya komunitas literasi Rumah

Dunia yang ada di kota Serang, yakni mencerdaskan generasi selanjutnya untuk bisa kritis dalam berbagai bidang keilmuan.

Rumah Dunia adalah wadah untuk belajar kebudayaan yang bergiat di bidang literasi, termasuk di dalamnya jurnalistik, sastra, film, teater, musik, menggambar dan berbagai kegiatan literasi lainnya. Rumah Dunia terletak di kota Serang, Banten, yang didirikan oleh Heri Hendrayana Harris atau biasa dikenal dengan nama penanya yakni Gol A Gong; seorang penulis dengan karya besarnya yakni “Balada si Roy”. Gol A Gong membentuk Rumah Dunia dengan tujuan mencerdaskan dan membentuk generasi baru yang kritis di wilayah Banten. Selain itu, Rumah Dunia juga memiliki filosofi memindahkan dunia ke rumah lewat buku, warna, rupa, gerak, suara, dan internet. Rumah Dunia menjadi tempat berkembangnya literasi di daerah Banten, khususnya Kota Serang.

Dedikasi komunitas ini untuk menyebarkan budaya literasi dengan berbagai macam kegiatan telah rutin dilaksanakan, seperti pembacaan puisi, mendongeng, pentas seni, bedah buku, diskusi dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan literasi. Hal ini tidak lain adalah untuk memberikan wadah berkembang bagi siapa saja yang ingin belajar tentang dunia literasi terutama pada generasi baru di Banten.

Penyebaran informasi yang semakin cepat dan mudah, memaksa kemampuan beradaptasi yang lebih cepat untuk selalu mengikuti perkembangan literasi. Kemudahan saat ini, berdampak pada persaingan yang semakin banyak dan arus informasi yang lebih cepat. Begitu pula yang dilakukan oleh Gol A Gong di Rumah Dunia yang sudah mulai merambah ke literasi digital sejak tahun 2000-an awal sebelum menjamur seperti sekarang. Hal ini dilakukan karena kesadaran untuk mengedukasi khalayak yang lebih luas lagi, dengan memanfaatkan sosial media; Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, hingga *website* (<https://golagongkreatif.com>, Rumah Dunia; Literasi Digital & Kamera Baru, tt: 2-3, diakses 01 Maret 2023).

Seperti yang disimpulkan Amalia dalam skripsinya, Rumah Dunia memanfaatkan media massa sebagai perencanaan dalam membudayakan literasi (2012:14). Kesadaran Rumah Dunia dalam memanfaatkan media massa

guna beradaptasi dengan perkembangan zaman terus dilakukan dari masa ke masa hingga saat ini.

Sejak didirikan pada tahun 2002 tampilan visual yang digunakan oleh Rumah Dunia selalu berubah-ubah dan belum bisa mewakili citra yang dibangun oleh Rumah Dunia sebagai komunitas literasi. Tidak adanya acuan visual, merimbas pada konsistensi penerapan visual pada berbagai media yang digunakan oleh Rumah Dunia, sehingga citra visual dari Rumah Dunia belum tersampaikan dengan maksimal kepada audiens.

Hal tersebut juga berdampak pada kurangnya minat audiens untuk bisa terlibat langsung dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh Rumah Dunia, baik sebagai relawan yang menjalankan kegiatan di Rumah Dunia, atau sebagai peserta kegiatan yang diselenggarakan oleh Rumah Dunia. Karenanya perlu adanya visual yang konsisten untuk menambah daya tarik audiens, sehingga citra Rumah Dunia sebagai ruang belajar yang menyenangkan dapat tersampaikan dengan baik.

Perancangan identitas visual menjadi sangat diperlukan karena sebuah *brand* harus memiliki kesinambungan antara desain, implementasi visual serta program yang dijalankan untuk membangun mengukur dan mengelola sebuah *brand*; dalam hal ini visual khususnya, untuk memaksimalkan nilai dan potensi (Keller, 2021:194).

Menurut Rustan (2021:74) terdapat beberapa alasan melakukan *branding*, salah satu di antaranya adalah penerapan identitas yang tidak konsisten. Konsistensi juga akan membentuk pandangan dan kesan yang ingin dibangun oleh Rumah Dunia. Karena kesan adalah hal yang sulit untuk disaingi, ditiru, dan diikuti karena prosesnya membutuhkan konsistensi (Keller, 2021:195). Konsistensi dapat dicapai dengan visual yang adaptif. *Brand* harus bisa selalu beradaptasi dengan lingkungan yang cepat berubah (Nes, 2013:6). Inkonsistensi berdampak pada kepercayaan massa serta mitra yang mau bekerja sama untuk bisa konsisten mendukung dan ikut andil serta terlibat dalam membantu berkembangnya komunitas Rumah Dunia, baik dalam kerelawanan maupun dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh Rumah Dunia.

Jika dilihat berdasarkan permasalahan di atas, perancangan identitas visual dapat menjadi langkah awal yang baik bagi Rumah Dunia untuk menciptakan visual yang dapat menjadi representasi yang kuat dari Rumah Dunia serta membantu meningkatkan citra komunitas guna terwujudnya visi mencetak generasi baru yang unggul. Tujuan perancangan ini adalah menciptakan identitas visual yang relevan untuk komunitas Rumah Dunia, dengan target perancangan identitas visual dan nantinya dapat digunakan oleh komunitas sebagai landasan identitas visual dalam bentuk *Graphic Standard Manual* (GSM). Harapannya perancangan ini dapat menjadi solusi awal bagi berkembangnya komunitas Rumah Dunia, dan menjadi pelengkap dari berbagai penelitian dan perancangan yang sudah dilakukan sebelumnya di Rumah Dunia. Hal ini juga diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata dalam membantu berkembangnya tingkat literasi di Indonesia khususnya di daerah Banten.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, menghasilkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana merancang *brand identity* komunitas literasi Rumah Dunia Banten guna meningkatkan citra komunitas?

C. Tujuan Perancangan

Merancang *brand identity* komunitas literasi Rumah Dunia Banten guna meningkatkan citra komunitas.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Batasan lingkup perancangan ini adalah menciptakan *brand identity* bagi komunitas literasi Rumah Dunia seperti logo, pengaplikasiannya di berbagai media yang relevan dan dapat menunjang citra yang baik bagi Rumah Dunia, beserta turunannya sebagai bentuk identitas visual yang baru. Serta perancangan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman visual untuk menunjang perancangan ini.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mengasah kemampuan mahasiswa dalam memecahkan permasalahan visual yang ditemui, khususnya permasalahan yang meliputi *visual branding*.
- b. Memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk dapat mempelajari bentuk kasus visual yang nyata serta bagaimana menyelesaikannya.

2. Bagi Institusi

- a. Menambah aset perancangan baru yang berfokus pada perancangan *brand identity* untuk menjadi acuan di kemudian hari.
- b. Menjadi acuan untuk mengembangkan kebaruan perancangan di kemudian hari.

3. Bagi Lembaga

- a. Menciptakan identitas visual yang baru bagi Rumah Dunia sehingga citra dari komunitas dapat lebih terlihat dan mudah dikenali.
- b. Melengkapi penelitian dan perancangan yang sudah dilakukan sebelumnya, sebagai bentuk dukungan untuk kemajuan Komunitas Rumah Dunia.

F. Metode Perancangan

1. Data yang Dibutuhkan

- a. Data primer

Data primer didapatkan dari tulisan-tulisan Gol A Gong tentang Rumah Dunia, hasil wawancara dengan pendiri Rumah Dunia yakni Gol A Gong serta Abdul Salam selaku presiden Rumah Dunia periode 2020-2025, dan observasi mengenai Rumah Dunia secara langsung ke lokasi.

- b. Data sekunder

Data sekunder didapatkan dari berbagai sumber penelitian dan perancangan yang berkaitan dengan topik perancangan, sumber buku

cetak maupun *e-book*, jurnal ilmiah, hingga artikel di internet yang dapat menunjang perancangan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah dengan 5W+1H yakni *What, Who, When, Where, Why*, dan *How*. Pengumpulan data ini akan membantu menggali informasi dan mencari tahu tentang komunitas Rumah Dunia. Metode ini membantu perancang dalam membedah secara terperinci tentang apa itu Rumah Dunia, bagaimana komunitas Rumah Dunia terbentuk, berjalan, dan berkembang selama ini, hingga bagaimana Rumah Dunia memanfaatkan visual dalam mewujudkan tujuannya. Informasi yang didapat bisa dimanfaatkan untuk menunjang perancangan identitas visual dari komunitas Rumah Dunia.

3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data pada perancangan ini dilakukan dengan analisis data verbal dan visual terkait komunitas literasi Rumah Dunia, wawancara, dan studi literatur melalui buku, jurnal ilmiah hingga artikel yang diperoleh melalui internet untuk mendapatkan data yang konkret dan tepat.

G. Metode Analisis Data

Dari data yang didapat, dibutuhkan analisis terhadap data tersebut untuk melihat kekuatan yang bisa dikembangkan, kelemahan yang harus diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang perlu dihindari dengan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats*). Metode SWOT membantu komunitas Rumah Dunia untuk dapat berkembang dengan mengenali sisi positif serta negatif sehingga perancangan yang dibuat dapat menghasilkan solusi visual yang tepat.

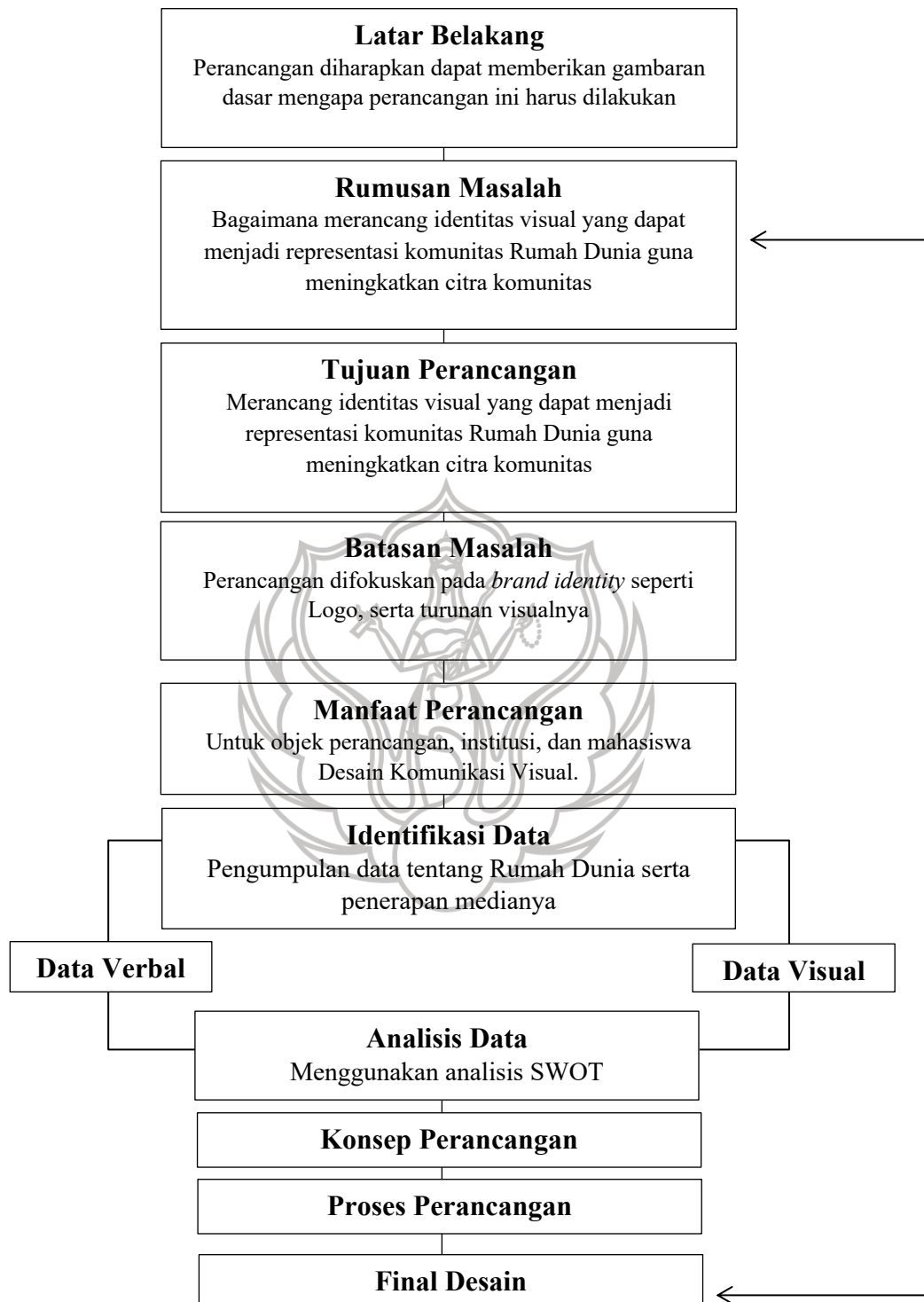
Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. Logika menjadi dasar analisis SWOT yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun di lain sisi juga dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2002:19).

H. Konsep Perancangan

Konsep perancangan akan dilakukan sesuai dari data yang sudah didapat. Data verbal digunakan untuk menggali ide dasar dari pesan yang ingin disampaikan oleh Rumah Dunia kepada target audiens. Adapun data visual digunakan dalam menganalisis ide visual untuk dijadikan referensi penggambaran identitas visual dari Rumah Dunia.



I. Skematika Perancangan



Bagan skematika perancangan
(Muadz Syafiq: 2023)