

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut terciptanya masyarakat yang gemar belajar. Proses belajar yang efektif antara lain dilakukan melalui membaca. Masyarakat yang gemar membaca akan memperoleh wawasan baru untuk dimasa yang akan datang. Kebiasaan membaca perlu dimulai dari usia dini di rumah, sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan atas hingga perguruan tinggi. Tanpa kebiasaan membaca, maka akan sulit untuk menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang semuanya berada dalam buku-buku. Minat membaca adalah kecenderungan jiwa yang aktif untuk memahami pola bahasa untuk memperoleh informasi yang erat hubungannya dengan kemauan. Minat baca, buku dan perpustakaan adalah tiga elemen pokok dalam suatu sistem pendidikan yang dapat menciptakan kualitas sumber daya manusia.

Perpustakaan yang tercatat pertama kali di Indonesia adalah perpustakaan gereja di Batavia, yang telah dirintis sejak tahun 1624 namun baru diresmikan pada 27 April 1643 akibat berbagai kendala, bersamaan dengan pengangkatan pendeta Ds (Dominus) Abraham Fierenius sebagai kepalanya. Pada masa itu layanan peminjaman buku yang diselenggarakan perpustakaan gereja Batavia tersebut tidak hanya dibuka untuk perawat rumah sakit Batavia, namun juga untuk pemakai yang berada di Semarang dan Juana. Setelah itu tidak terdapat catatan tentang keberadaan perpustakaan di Indonesia untuk waktu yang cukup lama.

Perpustakaan di Indonesia yang tercatat keberadaannya setelah itu adalah perpustakaan milik *Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen*. Perpustakaan ini didirikan pada 24 April 1778, semasa *Vereenigde Oost-Indische Compagnie (VOC)*. *Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen* berdiri atas prakarsa *Mr J.C.M. Rademaker*, ketua *Raad van Indie*. Organisasi tersebut mengandalkan sumbangan dermawan serta bantuan keuangan dari *Raad van Indie*.

Perpustakaan adalah ruangan ataupun gedung yang digunakan untuk menyimpan buku. Penyimpanan buku di ruangan disusun berdasarkan tata susunan yang berguna untuk memudahkan pembaca. Manfaat perpustakaan adalah sebagai kumpulan informasi yang bersifat ilmu pengetahuan, hiburan, rekreasi, dan ibadah yang merupakan kebutuhan hakiki manusia. Perpustakaan sangat berperan penting bagi para pembaca untuk mendapatkan informasi.

Di salah satu daerah Provinsi Jawa Tengah tepatnya di kabupaten Klaten, terdapat Perpustakaan Umum yang terletak di Jl. Lombok No, 2, Kepatihan, Bareng Lor, Kec. Klaten, Kabupaten Klaten. Perpustakaan Umum Kabupaten Klaten telah berdiri pada 27 Juli 1971 bermula dari tokoh masyarakat adanya tempat pembelajaran dan diskusi bagi masyarakat klaten, lalu keinginan itu ditindaklanjuti Lembaga Perpustakaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Fungsi awal dari perpustakaan tersebut adalah untuk tempat arsip data Lembaga Perpustakaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan di kabupaten

Klaten dan berkembang menjadi perpustakaan, dari tahun ke tahun banyak fasilitas yang disediakan oleh pemkot kabupaten Klaten, seperti disediakan Bis keliling untuk penjemputan siswa disekolah, fasilitas komputer untuk umum dan aplikasi ponsel untuk perpustakaan digital.

Seiring berjalannya waktu informasi mengenai Perpustakaan Umum Kabupaten Klaten ini kurang diketahui oleh kalangan masyarakat Kabupaten Klaten, sehingga perlu dilakukannya pengenalan terhadap masyarakat Kabupaten Klaten, salah satu layanan dari Perpustakaan Klaten yaitu aplikasi perpustakaan digital yang bernama iKlaten



Gambar 1.0 Logo iKlaten  
Sumber: <https://play.google.com/iklaten>

iKlaten adalah aplikasi berbasis ebook atau perpustakaan digital yang di kelola dinas arsip dan perpustakaan Kabupaten Klaten dengan PT. Woolu Aksara

Maya. Dimana aplikasi iKlaten menyediakan fitur bagi penggunanya untuk mengakses buku, jurnal dan berbagai tulisan ilmiah fiksi maupun non fiksi dengan gratis. Buku yang terdapat di iKlaten pun dapat di akses secara online maupun offline.

Selain fitur untuk membaca buku, iKlaten juga menyediakan fitur basis sosial media yang dapat digunakan para penggunanya untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya. Pengguna Klaten dapat menamatkan komentar maupun ulasan pada buku yang telah dibaca, selain itu penggunaan iKlaten juga dapat saling memberikan rekomendasi buku bagi pengguna lainnya.

Dengan membaca buku di aplikasi iKlaten, tentu memudahkan akses membaca buku karena bisa dilakukan lewat ponsel dan kapan saja. aplikasi digital ini juga tidak memakan banyak tempat dan praktis dibaca di mana saja, Akan tetapi banyak orang yang belum mengetahui aplikasi iKlaten ini, Oleh karena itu dibutuhkan pengenalan iKlaten salah satu caranya adalah merancang visual branding, sehingga *brand* berguna untuk memperkenalkan iKlaten kepada masyarakat kota Klaten.

Visual branding adalah tampilan dari sebuah brand yang memiliki makna visual tertentu serta menjadi pembeda dengan brand lain. Dalam hal ini, visual branding sangat bermanfaat untuk meningkatkan *brand awareness*. Visual branding dapat membantu iKlaten untuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat bahwa aplikasi tersebut berkualitas, dan memiliki wajah baru agar dapat dikenal luas oleh masyarakat kota Klaten

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perancangan logo sebagai visual branding dan brand identity perpustakaan kabupaten klaten agar lebih dikenal oleh masyarakat kota Klaten?
2. Bagaimana pengaplikasian logo tersebut sebagai penunjang visual branding perpustakaan kabupaten Klaten?

## **C. Tujuan**

1. Pembuatan logo sebagai visual branding perpustakaan kabupaten Klaten.
2. Merancang pengaplikasian logo sebagai penunjang visual branding perpustakaan kabupaten Klaten agar digunakan untuk media promosi

## **D. Manfaat**

1. Bagi mahasiswa  
Dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa/mahasiswi dalam keterampilan untuk merancang visual branding untuk suatu lembaga dan sebagai persyaratan kelulusan sarjana (S1) jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Sahid Surakarta.
2. Bagi akademik  
Dapat dijadikan untuk referensi bagi mahasiswa /mahasiswi di prodi Desain Komunikasi Visual dalam mengembangkan perancangan visual branding.
3. Bagi pengelola atau lembaga  
Perancangan visual branding untuk memberikan identitas visual agar dapat dikenal oleh masyarakat kota Klaten.

## E. Tinjauan Pustaka

Penulisan Perancangan Visual Branding iKlaten ini sendiri diperkuat dari adanya beberapa ringkasan atau referensi penelitian dan karya yang sudah pernah ada sebelumnya

Jurnal yang berjudul Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital UMKM Tour dan Travel yang dibuat oleh Atnis Kurnia Rianingtyas dan Kartika Kusuma Wardani jurusan Departemen Desain Produk, Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), dalam jurnal tersebut membahas tentang desain aplikasi dibidang pariwisata yang memudahkan para wisatawan mendapatkan informasi destinasi dan transportasi di daerah tersebut

Manfaat dari jurnal tersebut saya dapat mengetahui karakteristik ikon yang ditampilkan dalam desain ini adalah bentuk lengkungan yang diambil dari lengkungan logo aplikasi sehingga membentuk keselarasan desain.

Sumber: <https://www.neliti.com/publications/489079/perancangan-user-interface-aplikasi-mobile-sebagai-media-promosi-digital-umkm-to>

Jurnal yang berjudul Perancangan Aplikasi Mobile Sebagai Informasi Pertolongan Pertama Pada Korban Kecelakaan Lalu Lintas yang dibuat oleh Irfan Lazuardi jurusan DKV Universitas Telkom, dalam jurnal tersebut membahas tentang aplikasi berupa infografis yang dapat memudahkan masyarakat mengetahui pengetahuan tentang pertolongan pertama yang diharapkan nantinya akan berguna disaat terjadinya kecelakaan, dengan layout yang mudah dipahami dan membuat nyaman untuk pengguna aplikasi

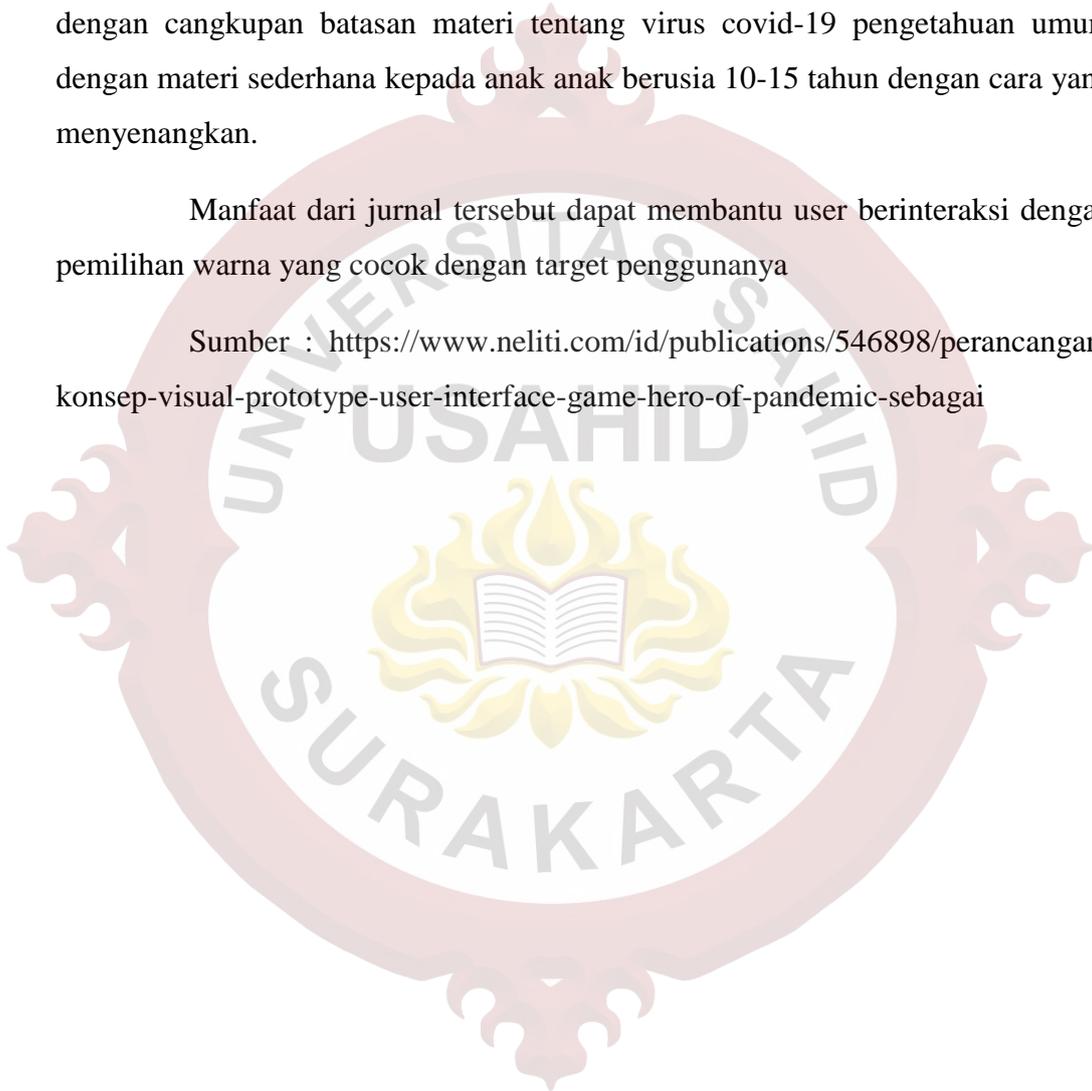
Dari jurnal tersebut saya dapat memahami desain layout yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna aplikasi

Sumber : <https://media.neliti.com/media/publications/489049-none-5eb95952.pdf>

Tugas akhir dengan judul Perancangan Konsep Visual Prototype User Interface Game Hero Of Pandemic Sebagai Media Interaktif, karya Hilya Rahma Berliana jurusan DKV Universitas Teknologi Nasional Bandung, dalam jurnal tersebut membahas tentang pembuatan user interface yang membantu untuk user atau target audiens dapat berinteraksi dengan mudah juga sebagai pembelajaran dengan cangkupan batasan materi tentang virus covid-19 pengetahuan umum dengan materi sederhana kepada anak anak berusia 10-15 tahun dengan cara yang menyenangkan.

Manfaat dari jurnal tersebut dapat membantu user berinteraksi dengan pemilihan warna yang cocok dengan target penggunanya

Sumber : <https://www.neliti.com/id/publications/546898/perancangan-konsep-visual-prototype-user-interface-game-hero-of-pandemic-sebagai>



## **F. Landasan Teori**

### **1. Pengertian Perancangan**

Proses perancangan bisa melibatkan pengembangan beberapa model sistem pada tingkat abstraksi yang berbeda-beda. (Agus Mulyanto, 2009 : 259 )

perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur serta detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya. (Soetam Rizky, 2011 : 140)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan solusi dari salah satu hal untuk penyelesaian permasalahan yang akan dijadikan suatu system dari rencana baru.

### **2. Pengertian Visual**

Visual adalah media yang dapat dilihat saja, tidak mengandung unsur suara. visual hanya dapat menyampaikan pesan melalui indra penglihatan atau hanya dapat dilihat dengan mata saja, indra lain seperti telinga tidak dapat difungsikan untuk media visual ini. Dari Pengertian diatas visual bertujuan menjadi media untuk menyampaikan suatu informasi atau gagasan ide dalam bentuk gambar agar mudah dipahami oleh penerima. (Sanjaya Wina, 2010:77)

Visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat melalui indra penglihatan. Dari dua pengertian tersebut maka komunikasi visual dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan visual antara komunikator dan komunikan untuk menghasilkan umpan balik tertentu (Andhita, 2021:3)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa visual adalah sebuah wajah untuk berkomunikasi dengan masyarakat tanpa adanya suara.

### 3. Pengertian Branding

American Marketing Association (AMA) menyebutkan bahwa merek (brand) adalah sebuah nama, tanda, istilah rancangan atau simbol, atau bauran dari hal-hal tersebut, yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang disediakan secara baik oleh perseorangan maupun sekelompok penjual serta untuk dapat membedakan dengan produk lainnya. (Kotler, 2002:65)

Branding adalah suatu program yang mengkhususkan atau memfokuskan dan memproyeksikan nilai-nilai merek. Program ini meliputi penciptaan perbedaan antara produk dan pelanggan dalam proses pengambilan keputusan pembeli serta pemberian nilai-nilai pada perusahaan. Jadi branding merupakan keseluruhan proses dalam memilih unsur, nilai hingga janji apa yang dimiliki oleh suatu entitas (produk, jasa, perusahaan. Branding adalah proses disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan. (Wirani Swasty, 2016 : 15)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Branding berfungsi untuk membedakan daya tarik produk dengan produk dari perusahaan yang lainnya.

#### 4. Pengertian Visual Branding

Visual Branding adalah alat penanda bagi penjual atau produsen, bisa berupa nama, logo, trademark atau berbagai simbol yang lain. Merek merupakan aset yang menciptakan value bagi pelanggan dengan memperkuat kepuasan dan pengakuan atas kualitas. (Hermawan Kartajaya, 2004: 19).

Visual Branding berfungsi sebagai alat untuk membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Dengan adanya merek tersebut bisa mengajak orang-orang bagaimana seharusnya memperhatikan produk, tidak perlu memahami sehingga menjadi orang yang loyal (Dick Syamsurizal, 1992: 6).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Visual Branding berfungsi untuk memperkuat dan mempertahankan karakter produk untuk bisa diperhatikan oleh banyak orang

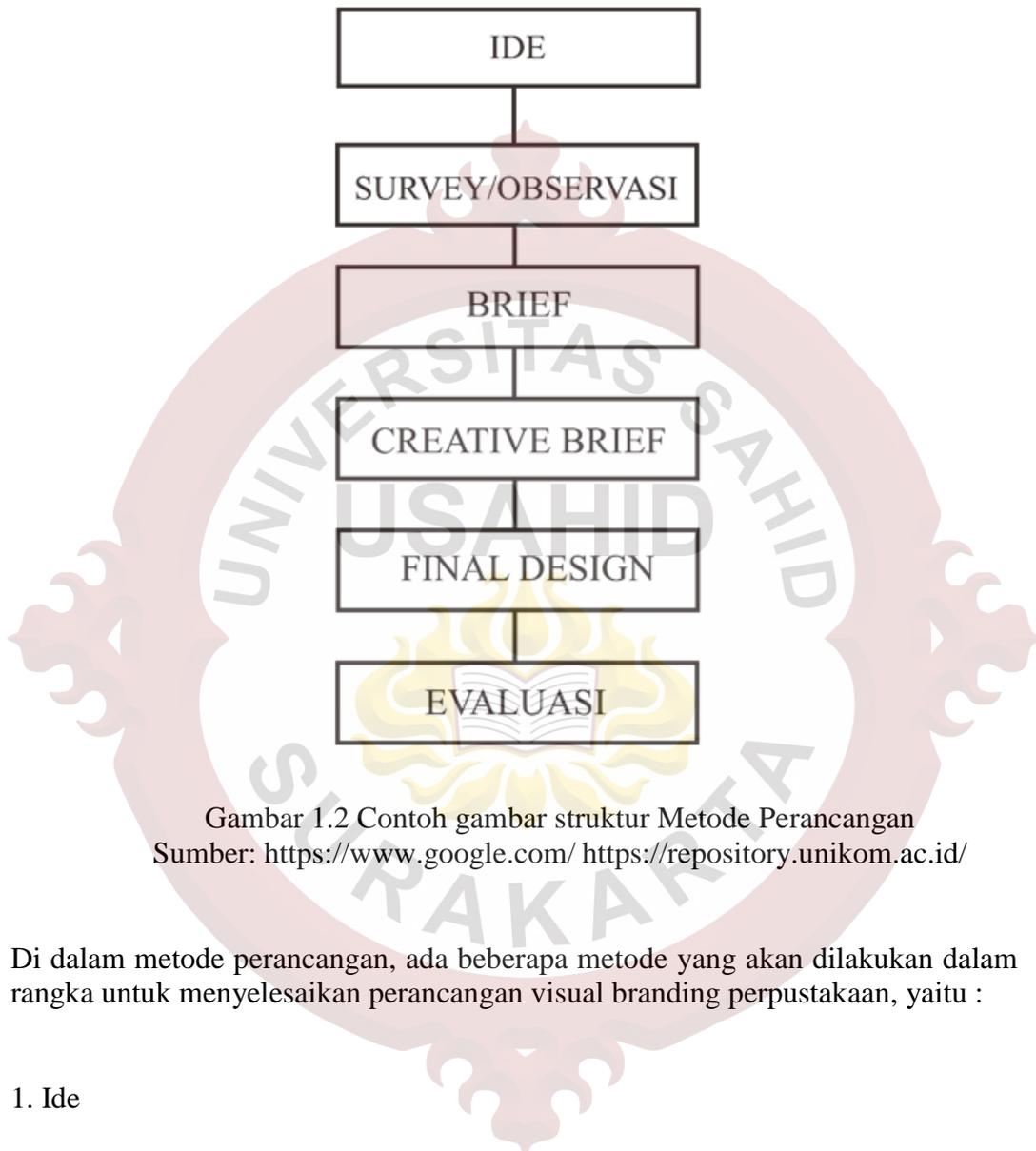
#### 5. Pengertian Perpustakaan

Perpustakaan adalah suatu tempat yang memiliki kegiatan menghimpun, mengolah, dan melayani berbagai macam informasi, baik tercetak seperti buku, atau terekam seperti surat kabar, majalah, komputer, tape recorder, film, video, dan lain-lain (Pawit, 2010: 1)

Perpustakaan adalah suatu lembaga atau badan tertentu yang mengelola buku-buku atau berupa bahan pustaka lainnya maupun selain buku seperti surat kabar, majalah dan lain sebagainya yang disusun, disimpan dan diatur secara teratur menurut sistem sehingga memudahkan pembaca untuk mencari sebuah buku yang diinginkan dan dapat digunakan oleh setiap pemakainya sebagai sumber informasi. (Bafadal, 2011: 3)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perpustakaan adalah tempat untuk menyimpan segala bentuk informasi terutama jurnal dan buku buku yang disusun secara urut dan rapi.

### G. Metode Perancangan



Gambar 1.2 Contoh gambar struktur Metode Perancangan  
Sumber: <https://www.google.com/> <https://repository.unikom.ac.id/>

Di dalam metode perancangan, ada beberapa metode yang akan dilakukan dalam rangka untuk menyelesaikan perancangan visual branding perpustakaan, yaitu :

#### 1. Ide

Ide adalah sebuah rancangan yang sudah tersusun dipikiran. dengan adanya ide maupun gagasan, akan memunculkan modal besar untuk menentukan konsep yang tepat di dalam perancangan visual branding. Dengan perancangan gagasan yang matang serta penentuan konsep yang baik akan berpengaruh kepada proses observasi yang akan dilakukan dengan tujuan untuk penggalan data. Di tahap ini sebisa mungkin akan dimatangkan di dalam perencanaan penggalan data dan

penentuan konsep tema yang akan diambil agar penggalian data dapat berjalan dengan lancar.

## 2. Observasi

Di dalam metode ini, akan dilakukan penggalian data dalam rangka untuk memenuhi apa saja yang akan dipersiapkan di dalam konsep visual branding yang berkaitan perpustakaan yang ada di kabupaten Klaten. Di dalam penggalian data, akan dilakukan berbagai persiapan untuk observasi data, seperti sejarah dan latar belakang perpustakaan yang akan digunakan untuk keperluan dalam penulisan perancangan, hingga melakukan wawancara kepada pengelola perpustakaan. Setelah berbagai macam data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data tersebut melalui tahap Brief

## 3. Brief

Di dalam tahap ini, semua data yang terkumpul akan disaring dan diolah dengan tujuan untuk mengidentifikasi data yang akan diterapkan ke dalam konsep. Pada tahap Brief juga terdapat dua bagian yang digunakan sebagai dasar di dalam menjalankan tahap ini, yaitu bagian brainstorming dan konsultasi. Di bagian brainstorming, data-data yang diperoleh dari hasil observasi akan dianalisa di dalam bentuk penulisan perancangan. kemudian data-data tersebut disusun hingga menjadi susunan identifikasi data dengan tujuan agar data-data tersebut dapat disajikan rapi dan lebih terstruktur. Kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing yang telah di tentukan. Pada

bagian konsultasi ini memiliki tujuan untuk memperoleh arahan serta saran terhadap identifikasi data yang masih di dalam tahap pengembangan. Dengan dilakukannya konsultasi diharapkan data-data yang sedang dalam tahap identifikasi dapat dikembangkan hingga menjadi sebuah kesatuan data yang memiliki nilai keakuratan yang cukup baik.

#### 4. Creative Brief

Setelah data-data dari proses Brief diolah dan dikembangkan, kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan Creative Brief. Creative Brief merupakan sebuah bagian di dalam metode perancangan yang mana pada bagian ini data-data yang sudah diidentifikasi akan dikembangkan menjadi analisa data serta penerapan untuk strategi kreatif. Di dalam analisa data terdapat beberapa sub bab penting yang berasal dari pengolahan data sebelumnya. Beberapa sub bab penting tersebut adalah Analisa Data, USP (Unique Selling Proposition), ESP (Emosional Selling Proposition), dan Positioning. Pada bagian analisa data, bagian ini mengkaji data secara terperinci seperti hasil identifikasi data, segmentasi, tinjauan identitas perpustakaan tersebut. Sedangkan USP dan ESP merupakan sebuah bagian yang hampir memiliki kemiripan yang sama. Jika USP menganalisa tentang hal unik yang tidak dimiliki tempat lain dan menjadi daya tarik tersendiri, maka ESP justru menganalisa bagaimana cara perpustakaan dapat menarik perhatian masyarakat dengan permainan emosi, hal ini ditujukan agar para masyarakat lebih mengetahui adanya perpustakaan tersebut

Selanjutnya, pada bagian strategi kreatif dan di bagian ini merupakan susunan sistematis tentang rencana kreatif yang akan diimplementasikan ke dalam bentuk media visual. Karena di konsep ini akan direncanakan hanya memakai media cetak dan noncetak, maka secara tidak langsung konsep strategi kreatif ini hanya mengacu pada pembuatan media visual seperti pembuatan ilustrasi pada konten feed instagram, katalog, poster, maps, serta media plan yang lainnya baik yang bersifat online maupun offline. Selain itu, di bagian ini juga dilakukan penyusunan rencana mengenai visual yang akan digunakan, mulai dari konsep layout, ilustrasi, warna, tipografi, hingga ke teknis pembuatan.

#### 5. Desain

Di bagian ini, konsep dari strategi kreatif telah berhasil diterapkan ke dalam bentuk desain visual, yang mana segala jenis ketentuannya sudah terencana di dalam strategi kreatif. Bentuk penerapan desain visual ini dapat langsung diterapkan secara langsung ke dalam media visual untuk perpustakaan.

#### 6. Evaluasi

Tahap ini adalah penilaian mengenai hasil akhir desain apakah sudah memenuhi harapan dan sesuai dengan data yang ada, baik segmentasi, sasaran pasar, atau identitas itu sendiri, sehingga mampu menjadi solusi untuk pemasalahannya.

## **H. Sistematika Penulisan**

Dalam Tugas Akhir ini, menjabarkan secara sistematis beberapa bab sebagai berikut :

### **Bab I**

Pada Bab I berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, tinjauan Pustaka, landasan teori dan metodologi perancangan.

### **Bab II**

Pada Bab II berisi tentang informasi perusahaan seperti data perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan yang mana nantinya akan di jadikan sebuah acuan dalam pembuatan karya tugas akhir berupa perancangan visual perpustakaan yang telah melalui proses observasi/wawancara yang telah dilakukan.

### **Bab III**

Pada Bab III berisi sebuah konsep yang dirancang dan teknis pembuatan karya visual media promosi melalui ilustrasi dengan identifikasi data, positioning dan strategi kreatif.

### **Bab IV**

Pada Bab IV berisi tentang perwujudan dari sebuah rancangan karya berupa mock up non cetak dan cetak sesuai yang telah di konsepkan di bab sebelumnya.

### **Bab V**

Pada Bab V berisi sebuah kesimpulan dan saran dari sebuah perancangan visual perpustakaan dan daftar Pustaka sebagai refrensi dari pembuatan tugas akhir yang dibuat baik dari artikel /Jurnal maupun internet.