

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Membaca adalah kegiatan untuk menerima informasi yang berbentuk tulisan (Patiung, 2016). Dengan membaca, manusia dapat mengolah informasi tersebut menjadi hal-hal kreatif dan meningkatkan kemampuan berpikir sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan. Di Indonesia, membaca menjadi salah satu kegiatan yang diajarkan sejak dini, baik secara formal maupun informal. Meskipun diajarkan secara formal melalui pendidikan di sekolah, tingkat aktivitas literasi Indonesia termasuk dalam kategori rendah dengan rata-rata Indeks Alibaca Nasional di angka 37,32. Dari 34 provinsi di Indonesia, terdapat 24 provinsi dengan kategori Indeks Alibaca rendah dan 1 provinsi dengan kategori sangat rendah. Angka ini diperoleh dari berbagai dimensi yang menjadi pengukur di setiap provinsi. Salah faktor penyebab rendahnya tingkat aktivitas literasi Indonesia adalah kurangnya akses masyarakat terutama di wilayah Indonesia Timur terhadap fasilitas dan bahan-bahan yang mendukung untuk meningkatkan literasi seperti perpustakaan umum dan buku bacaan.

Dari permasalahan mengenai tingkat literasi di Indonesia, Nila Tanzil mendirikan Taman Bacaan Pelangi, yaitu sebuah organisasi *nonprofit* yang fokus pada pembangunan perpustakaan dan menyediakan buku bagi anak-anak yang tinggal di wilayah Indonesia Timur. Selain bertujuan untuk meningkatkan minat baca, Taman Bacaan Pelangi memiliki visi dan misi untuk membebaskan anak-anak

dari buta huruf. Diharapkan dengan meningkatnya kemampuan membaca anak-anak di Indonesia Timur, mereka dapat menemukan inspirasi dan menggapai cita-cita yang diinginkan.

Seiring berkembangnya zaman, Nila Tanzil ingin mengembangkan Taman Bacaan Pelangi menjadi sebuah organisasi sosial yang mendirikan perpustakaan di daerah pelosok Indonesia, berkontribusi dalam meningkatkan literasi dan pendidikan di Indonesia. Berawal dari berdirinya 1 taman bacaan, kini Taman Bacaan Pelangi telah mendirikan 132 perpustakaan, lebih dari 226.000 buku yang dibagikan, 32.600 anak-anak yang telah dibantu, dan melatih 1.960 guru. Angka ini akan terus meningkat karena nama Taman Bacaan Pelangi yang semakin dikenal oleh publik melalui media elektronik, *public figure*, dan jumlah donatur maupun investor yang berperan dalam pengembangan Taman Bacaan Pelangi. Untuk mendukung visi dan misi baru yang ingin disampaikan, Taman Bacaan Pelangi memiliki program lainnya yang akan dikembangkan, seperti program beasiswa dan memperkenalkan media digital seperti *e-book*, serta menerapkan kurikulum berupa program Jam Membaca melalui kerja sama dengan Kepala Departemen Pendidikan di setiap wilayah Indonesia Timur dimana Taman Bacaan Pelangi berada.

Selain perubahan visi dan misi, Nila Tanzil selaku *founder* menyatakan bahwa Taman Bacaan Pelangi ingin memperluas target sasaran donatur yang semula hanya investor, menjadi kalangan anak muda terutama mahasiswa dan pekerja. Untuk perkembangan perpustakaan, Taman Bacaan Pelangi berencana untuk membangun perpustakaan di daerah pelosok Indonesia lainnya yang

memiliki kebutuhan literasi yang tinggi. Target selanjutnya yaitu di Indonesia bagian Barat.

Menurut Wheeler (2018), sebuah organisasi atau perusahaan dapat melakukan *rebranding* apabila mengalami perubahan visi dan misi, perubahan target *market*, kurangnya konsistensi visual, dan tidak adanya masyarakat yang mengetahui keberadaan lembaga. Sedangkan identitas visual dalam sebuah organisasi *nonprofit* diperlukan untuk menunjukkan *brand image* yang membedakan dengan kompetitor, menunjukkan nilai dari organisasi, dan meningkatkan keinginan donatur dan relawan untuk berkontribusi dalam bentuk material atau waktu (Michel & Rieunier, 2012). Tidak hanya faktor internal, identitas sebuah organisasi *nonprofit* memberikan koneksi emosional dari *stakeholder* sehingga dari rasa empati tersebut, muncul rasa percaya yang meningkatkan keinginan untuk menjadi investor (Lee & Bourne, 2017). Dari pemaparan faktor-faktor tersebut, Taman Bacaan Pelangi membutuhkan perancangan *rebranding* untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap visi dan misi sebuah organisasi yang awalnya hanya menyalurkan buku menjadi sebuah organisasi yang berperan dalam pembangunan perpustakaan dan berkontribusi dalam pendidikan di daerah pelosok Indonesia terutama untuk anak-anak di bangku Sekolah Dasar serta akan segera memperluas wilayahnya yang akan dimulai dari wilayah Indonesia bagian Barat.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi agar dapat mengomunikasikan visi dan misi dengan tepat kepada masyarakat?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan informasi yang telah ditemukan dari berbagai sumber mengenai Taman Bacaan Pelangi, dibutuhkan pembatasan masalah dan target yang dituju dalam melakukan perancangan *rebranding*. Pembatasan masalah terdiri dari:

1. Geografis

Target sasaran dari *rebranding* Taman Bacaan Pelangi adalah masyarakat yang berdomisili di kota besar seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi. Pemilihan domisili tersebut didasari pada angka Indeks Alibaca Nasional, dimana kota-kota tersebut menempati posisi tinggi yang cukup konsisten dalam dimensi Akses bahan literasi yang diharapkan dapat menyalurkan bantuan lebih banyak dalam penyediaan buku di Indonesia bagian Timur. Selain itu, masyarakat dan jumlah perusahaan dengan tingkat ekonomi SES A – B di kota-kota besar dapat meningkatkan potensi untuk mendatangkan donatur.

2. Demografis

Target sasaran dari *rebranding* Taman Bacaan Pelangi secara demografis dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Jenis kelamin : Pria dan wanita
- Usia : Primer (17 – 35 tahun)

- Sekunder (> 35 tahun)
- Pendidikan : SMA, Sarjana
 - Pekerjaan : Pelajar, Pengusaha, Karyawan, Aktivis
 - Status Ekonomi : SES A – SES B

3. Psikografis

Target sasaran dari *rebranding* Taman Bacaan Pelangi adalah masyarakat yang peduli, tertarik, dan ingin berkontribusi dalam kegiatan sosial, literasi, dan pendidikan.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah melakukan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi agar dapat mengomunikasikan visi dan misi serta menunjukkan *brand image* yang sesuai dengan tepat kepada masyarakat.

1.5. Manfaat Perancangan

Dalam perancangan ini, terdapat manfaat bagi beberapa pihak yang terbagi menjadi manfaat bagi penulis, manfaat bagi orang lain, dan manfaat bagi universitas.

1. Manfaat bagi Penulis

Dengan perancangan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi, penulis mendapatkan ilmu dan dapat mengaplikasikan teori dan pengalaman praktek yang telah didapatkan selama menjalani perkuliahan. Selain itu, *output* yang dihasilkan dapat menjadi syarat untuk kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana serta menjadi tambahan bagi berbagai karya yang telah dihasilkan penulis.

2. Manfaat bagi Orang Lain

Perancangan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi akan memberikan manfaat bagi organisasi dalam menjalankan berbagai program dan memberikan dampak meningkatnya pengetahuan, kepercayaan, dan keinginan masyarakat untuk berkontribusi bagi Taman Bacaan Pelangi.

3. Manfaat bagi Universitas

Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara dari *rebranding* Taman Bacaan Pelangi yaitu dapat menjadikan perancangan ini sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang akan menjalankan tugas akhir terutama mahasiswa Fakultas Seni dan Desain.