

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Rendahnya angka literasi di Indonesia membuat Nila Tanzil tergerak untuk membangun sebuah organisasi *nonprofit* bernama Taman Bacaan Pelangi. Taman Bacaan Pelangi telah didirikan sejak tahun 2009. Sejak pertama kali berdiri, Taman Bacaan Pelangi fokus untuk menyediakan buku ke daerah pelosok di Indonesia, terutama di Indonesia bagian timur. Taman bacaan didirikan di rumah-rumah warga dan sekolah, hingga sekarang Taman Bacaan Pelangi telah memiliki 130 taman bacaan. Namun, setelah 11 tahun berdiri, Nila Tanzil selaku *founder* menyatakan bahwa Taman Bacaan Pelangi tidak hanya berfokus pada pembangunan taman bacaan, tetapi ingin mengubah fokusnya menjadi meningkatkan kualitas pendidikan secara keseluruhan, termasuk kegiatan membaca di dalamnya. Selain itu, Taman Bacaan Pelangi ingin diperluas hingga wilayah pelosok di Indonesia lainnya, rencana selanjutnya adalah di wilayah Indonesia bagian barat. Untuk itu, program-program yang mendukung dalam bidang pendidikan formal maupun informal mulai dijalankan di beberapa wilayah, seperti program beasiswa dan kursus bebas buta huruf yang diinisiasi oleh Taman Bacaan Pelangi.

Setelah berencana untuk memperluas cakupannya, Taman Bacaan Pelangi ingin menjadikan kalangan remaja hingga dewasa sebagai target sasaran primernya yang semula diutamakan pada investor. Alasan dipilihnya kalangan remaja hingga dewasa karena masyarakat dengan usia tersebut memiliki kekuatan untuk memberi, membagikan, dan berkontribusi secara material maupun ajakan untuk

mengenal Taman Bacaan Pelangi. Untuk psikografis, masyarakat yang peduli, tertarik, dan aktif dalam kegiatan sosial, literasi, dan pendidikan diharapkan dapat menjadi pembawa perubahan dan tulus dalam memberikan kontribusinya karena telah memiliki rasa peduli dan empati dibandingkan masyarakat yang tidak tertarik sama sekali. Sesuai dengan beberapa syarat untuk melakukan *rebranding* dari teori Wheeler, didukung dengan permasalahan yang ada, maka penulis memutuskan untuk merancang sebuah *rebranding* bagi Taman Bacaan Pelangi dengan melakukan 5 tahapan.

Untuk mencari solusi dalam bentuk visual yang tepat, penulis melakukan pencarian data melalui wawancara, kuesioner, dan observasi. Setelah data-data terkumpul, penulis membuat sebuah *mind map* untuk menentukan kata kunci yang tepat hingga menganalisis permasalahan lebih dalam untuk menentukan fokus. Dari kata kunci tersebut, didapatkan kata *adaptive*, *welfare*, dan *enriching* yang menjadi sebuah *big idea* yaitu Pembelajaran Adaptif yang Memperkaya Kemampuan Diri. *Big idea* tersebut kemudian dituangkan ke dalam beberapa *mood board* dan pencarian elemen yang tepat untuk membuat identitas baru.

Dari *mood board* dan elemen tersebut, tercipta sebuah identitas baru dari Taman Bacaan Pelangi yang memiliki konsep yang sesuai untuk ditujukan baik ke target primer dan target sekunder. Perancangan identitas yang didominasi *warm tone*, bertujuan untuk memberikan kesan menyambut masyarakat yang peduli maupun memiliki ketertarikan dalam bidang sosial dan pendidikan untuk memberikan kontribusi. Logo dipilih dalam bentuk *wordmark* dengan gabungan bentuk statis, namun tetap fleksibel yang bertujuan untuk menonjolkan keunikan

dan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat yang aktif dalam bidang sosial maupun masyarakat yang baru ingin mengenal Taman Bacaan Pelangi. Untuk melengkapi sisi *collateral*, penulis merancang beberapa media yang menjadi media pendukung untuk menjaga konsistensi dan kontinuitas identitas Taman Bacaan Pelangi. Panduan-panduan dan media-media tersebut digabungkan ke dalam sebuah *Graphic Standard Manual* agar penggunaannya dapat terus terjaga dan tidak melanggar aturan yang berlaku.

Dalam perancangan ini, terdapat elemen-elemen lain yang dianalisis oleh penulis seperti *layout*, *merchandise*, *Graphic Standard Manual*, dan media-media yang digunakan. Analisis tersebut bertujuan untuk memperjelas tujuan penggunaan maupun aplikasi dalam perancangan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi. Untuk *layout* yang digunakan adalah *modular grid* dan *multi column grid*. Penggunaan *modular grid* yang dominan pada berbagai media bertujuan agar penulis dapat menentukan hierarki dan arah baca dari konten di dalamnya. Sedangkan *multi column grid* digunakan untuk media-media yang tidak memiliki terlalu banyak konten sehingga dapat menentukan *emphasis* dari konten yang ingin disampaikan. Penentuan *merchandise* dan media-media didasari oleh kebutuhan dari target sasaran dan sesuai dengan bidang dari Taman Bacaan Pelangi.

Dengan adanya perancangan *rebranding* bagi Taman Bacaan Pelangi, diharapkan target sasaran primer yang baru dapat tercapai serta target sasaran sekunder semakin meningkatkan loyalitas dengan adanya komunikasi visi, misi, dan nilai melalui identitas baru Taman Bacaan Pelangi. Setelah menarik target sasaran baru, diharapkan kontribusi dari target sasaran maupun masyarakat luas

terhadap Taman Bacaan Pelangi semakin meningkat. Meskipun perancangan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi sudah terlaksana, penulis menyarankan kepada *founder* untuk mengubah nama dari Taman Bacaan Pelangi agar tidak menimbulkan mispersepsi, berhubung Taman Bacaan Pelangi tidak lagi bergerak di bidang pembangunan taman bacaan saja melainkan berkembang dalam bidang pendidikan. Dengan adanya pergantian nama tersebut, visi dan misi baru beserta perancangan *rebranding* dapat berjalan dengan tujuan awal, yaitu menyampaikan visi dan misi baru melalui visual yang tepat.

## **5.2. Saran**

Saran utama dari penulis untuk peneliti maupun penulis lainnya di masa yang akan datang adalah untuk menentukan fokus perancangan. Dalam melakukan sebuah perancangan *rebranding*, masalah yang ada menjadi penting. Namun, sering kali penulis mengalami kesalahan fokus karena banyak kata kunci maupun referensi visual yang cocok dengan lembaga yang dijadikan bahan perancangan, tetapi belum tentu cocok dengan hasil visual yang diselaraskan dengan visi dan misi dari lembaga tersebut.

Masalah lainnya terdapat pada pengaturan waktu dan *timeline* pengerjaan yang cukup cepat pada bagian perancangan dibandingkan permasalahan, sehingga eksplorasi tidak banyak dilakukan. Oleh karena itu, penulis di masa yang akan datang harus lebih cermat dalam memilih kata kunci tanpa memikirkan masalah yang bukan menjadi fokus utama sehingga perancangan identitas baru pun dekat dengan visi dan misi baru yang ingin disampaikan.

Selain permasalahan umum, kesulitan khusus dari merancang *rebranding* sebuah organisasi *nonprofit* adalah keterbatasan elemen yang dapat digunakan karena seluruh perancangan harus terpaku pada visi dan misi yang ingin disampaikan, target sasaran, dan bidang dari organisasi tersebut. Data dari narasumber dapat berperan penting dalam merancang, tetapi hasil dari kuesioner yang melibatkan target primer yang baru terkadang membuat buyar fokus yang telah ditentukan karena keduanya bersifat seimbang. Oleh karena itu, untuk penulis yang akan merancang sebuah *rebranding* bagi organisasi *nonprofit* di masa depan, pastikan nilai-nilai terdalam yang ditanamkan oleh organisasi agar menjadi titik fokus utama, kemudian mempertimbangkan dari pendapat target sasaran dalam hal visual maupun pendapat lainnya yang berhubungan dengan ketertarikan terhadap organisasi tersebut. Selain itu, jika terjadi perubahan visi misi dan bidang organisasi, dapat dilakukan perubahan nama oleh penulis agar visi dan misi sejalan dengan nama yang dikenal oleh masyarakat. Pencarian referensi melalui studi eksisting dapat dilakukan, namun tidak hanya mengambil dari referensi organisasi di bidang serupa saja.

Untuk peneliti yang tertarik dengan bidang pendidikan, sosial, dan *nonprofit organization*, perancangan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi dikembangkan menjadi beberapa topik lainnya, seperti perancangan promosi Taman Bacaan Pelangi dan perancangan kampanye untuk meningkatkan minat baca, buku panduan bagi orang tua untuk mendidik anaknya dalam literasi, dan buku ilustrasi agar anak-anak yang duduk di Sekolah Dasar tertarik untuk belajar dengan visual yang menarik dan menyenangkan. Perancangan *rebranding* Taman Bacaan Pelangi dapat

mendukung peneliti selanjutnya untuk melakukan *rebranding* atau perubahan identitas visual terhadap *nonprofit organization* maupun lembaga masyarakat lainnya.