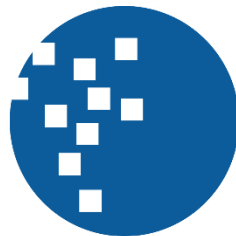


**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS**

**VISUAL ZALA COFFEE**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Rita Komala Sari**

**00000047279**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS**

**VISUAL ZALA COFFEE**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar SarjanaDesain (S.Ds.)

**Rita Komala Sari**

**00000047279**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rita Komala Sari

Nomor Induk Mahasiswa : 00000047279

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ZALA COFFEE

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



Rita Komala Sari

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL ZALA COFFEE

Oleh

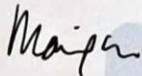
Nama : Rita Komala Sari  
NIM : 00000047279  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

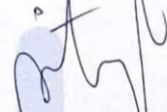
Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing I



Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/083675

Pembimbing II



Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.  
0308078801/034812

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresa Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS  
VISUAL ZALA COFFEE**

Oleh

Nama : Rita Komala Sari  
NIM : 00000047279  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

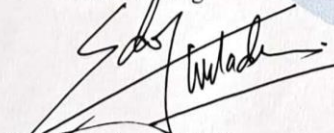
Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024

Pukul 16.00 s.d 16.45 dan dinyatakan

**LULUS**

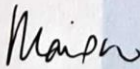
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Edo Tirtadarma, M.Ds.  
0324128506/071279

Pembimbing I



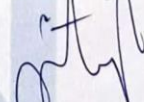
Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/083675

Penguji



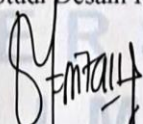
Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.  
0313039003/083672

Pembimbing II



Lalitha Talitha Pinasthika, M.Ds.  
0308078801/034812

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresa Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rita Komala Sari  
NIM : 00000047279  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Ulang Identitas Visual Zala Coffee

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Rita Komala Sari)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatnya, laporan tugas akhir ini dapat selesai dengan tepat waktu. Topik yang saya ambil pada tugas akhir ini mengenai perancangan ulang identitas visual Zala Coffee. Perancangan ini bertujuan untuk membantu Zala Coffee atas permasalahan identitas visual yang dimiliki, dibuatnya perancangan ini untuk membuat acuan atau pedoman bagi Zala Coffee dalam menetapkan konsep visual yang dimiliki.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Mariska Legia, S.Ds., M.B.A., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Arie Kristianto, sebagai pemilik Zala Coffee yang telah membantu menjelaskan dan memberikan informasi terkait sejarah dan latar belakang Zala Coffee.
7. Eben, sebagai barista bersertifikat di Teplok Coffee and Eatery yang telah menjadi narasumber dan memberikan informasi mengenai industri kopi kepada penulis.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi Zala Coffee dalam menetapkan konsep visual selain itu semoga tugas akhir ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi para pembaca dalam membuat laporan, skripsi dan lainnya.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Rita Komala Sari)



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN ULANG IDENTITAS

## VISUAL ZALA COFFEE

Rita Komala Sari

### ABSTRAK

Identitas visual merupakan bagian terpenting bagi sebuah *brand*. Identitas visual sangat berpengaruh dalam keberlangsungan sebuah *brand*. Identitas yang baik dapat mempresentasikan ciri khas, visi misi atau keunikan *brand* pada identitas yang dimiliki. Zala Coffee merupakan toko kopi yang berada di Cikarang. Zala Coffee mulai beroperasi pada tahun 2018. Pada penetapan logo yang dimiliki oleh Zala Coffee terdapat beberapa masalah seperti tidak konsistennya logo yang ditetapkan, logo Zala Coffee sudah dirubah sebanyak 3 kali tanpa ada tujuan dan konsep yang jelas. Pada *collateral media* serta halaman Instagram, penggunaan desain, *style*, tipografi, dan warna yang dimiliki selalu berubah-ubah dan tidak adanya *guidelines* dalam penetapan elemen desain. Pada tugas akhir ini, penulis berencana untuk melakukan perancangan ulang identitas visual Zala Coffee. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan identitas visual yang dimiliki Zala Coffee serta memberikan penetapan konsep visual yang terstruktur pada setiap media yang dimiliki. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi atas permasalahan di atas.

**Kata kunci:** *brand*, identitas visual, logo, dkv, fakultas seni dan desain

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **REDESIGNING OF ZALA COFFEE**

## **VISUAL IDENTITY**

Rita Komala Sari

### **ABSTRACT (English)**

*Visual identity is the most important part of a brand. Visual identity is very influential in the sustainability of a brand. A good identity can reflect the characteristics, vision, mission or uniqueness of the brand in its identity. Zala Coffee is a coffee shop in Cikarang. Zala Coffee started operating in 2018. In determining the logo owned by Zala Coffee there were several problems such as the inconsistent logo that was determined, the Zala Coffee logo had been changed 3 times without a clear purpose and concept. On additional media and Instagram pages, the use of design, style, typography and color is always changing and there are no guidelines for determining design elements. In this final assignment, the author plans to redesign the visual identity of Zala Coffee. This design aims to provide a solution to the visual identity problem that Zala Coffee has and to provide a structured visual concept for each media it owns. It is hoped that this role can be a solution to the above problems.*

**Keywords:** brand, logo, brand identity, dkv, faculty of art and design UMN

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Tinjauan Teori Desain .....	5
2.1.1 Prinsip Desain .....	5
2.1.2 Tipografi.....	8
2.1.3 Pokok Utama <i>Typography</i> .....	13
2.1.4 Warna .....	14
2.1.5 Psikologis Warna .....	16
2.1.6 Grid .....	18
2.1.7 <i>Layout</i> .....	21
2.2 Tinjauan Teori Identitas Visual.....	25
2.2.1 Fungsi <i>Brand</i> .....	25
2.2.2 <i>Brand Architecture</i> .....	25
2.2.3 <i>Brand Strategy</i> .....	27
2.2.4 <i>Tagline</i> .....	27

2.2.5	<i>Big Idea</i> .....	28
2.2.6	<i>Brand Ideals</i> .....	28
2.2.7	<i>Brandmarks</i> .....	31
2.2.8	<i>Graphic Standard Manual</i> .....	34
2.3	<b>Tinjauan Tentang Kopi</b> .....	34
2.3.1	<b>Jenis Kopi</b> .....	35
2.3.2	<b>Gelombang Industri Kopi di Indonesia</b> .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....		37
3.1	<b>Metodologi Penelitian</b> .....	37
3.1.1	<b>Metode Kualitatif</b> .....	37
3.1.2	<b>Metode Kuantitatif</b> .....	56
3.2	<b>Metodologi Perancangan</b> .....	65
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....		67
4.1	<b>Strategi Perancangan</b> .....	67
4.1.1	<b>Conducting Research</b> .....	67
4.1.2	<b>Clarifying Strategy</b> .....	68
4.1.3	<b>Designing Identity</b> .....	77
4.2	<b>Analisis Perancangan</b> .....	106
4.2.1	<b>Analisis Beta Test</b> .....	106
4.2.2	<b>Analisis Logo</b> .....	112
4.2.3	<b>Supergrafis</b> .....	112
4.2.4	<b>Analisis Touchpoints</b> .....	113
4.2.5	<b>Analisis GSM</b> .....	122
4.3	<b>Budgeting</b> .....	124
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		128
5.1	<b>Simpulan</b> .....	128
5.2	<b>Saran</b> .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....		xv

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT Kopi Toko Djawa .....	52
Tabel 3.2 SWOT Teplok Coffee and Eatery .....	54
Tabel 4.1 <i>Brand Mantra</i> .....	69
Tabel 4.2 <i>Big Idea</i> .....	70
Tabel 4.3 <i>Brand Brief</i> .....	72
Tabel 4.4 <i>Budgeting</i> .....	124



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Prinsip dalam desain.....	5
Gambar 2.2 Kesatuan .....	6
Gambar 2.3 Keseimbangan .....	6
Gambar 2.4 Proporsi .....	7
Gambar 2.5 Irama.....	7
Gambar 2.6 Kontras .....	7
Gambar 2.7 Harmoni.....	8
Gambar 2.8 Penekanan.....	8
Gambar 2.9 Old Style.....	9
Gambar 2.10 Transitional .....	9
Gambar 2.11 Modern .....	10
Gambar 2.12 Slab Serif.....	10
Gambar 2.13 Sans Serif.....	10
Gambar 2.14 Gothic .....	11
Gambar 2.15 Script .....	11
Gambar 2.16 Warna Primer .....	14
Gambar 2.17 Warna Sekunder .....	15
Gambar 2.18 Warna Intermediate .....	15
Gambar 2.19 Warna Tersier.....	16
Gambar 2.20 Warna Kuartar .....	16
Gambar 2.21 <i>Manuscript Grid</i> .....	19
Gambar 2.22 <i>Column Grid</i> .....	19
Gambar 2.23 <i>Modular Grid</i> .....	20
Gambar 2.24 <i>Hierarchic Grid</i> .....	20
Gambar 2.25 <i>Big Type</i> .....	21
Gambar 2.26 <i>Circus</i> .....	21
Gambar 2.27 <i>Copy Heavy</i> .....	22
Gambar 2.28 <i>Frame</i> .....	22
Gambar 2.29 <i>Mondrian</i> .....	23
Gambar 2.30 <i>Multi Panel</i> .....	23
Gambar 2.31 <i>Picture Window</i> .....	24
Gambar 2.32 <i>Rebus</i> .....	24
Gambar 2.33 <i>Silhouette</i> .....	24
Gambar 2.34 <i>Monolithic Brand Architecture</i> .....	26
Gambar 2.35 <i>Endorsed Brand Architecture</i> .....	26
Gambar 2.36 <i>Pluralistic Brand Architecture</i> .....	27
Gambar 2.37 <i>Brand Ideals</i> .....	29
Gambar 2.38 <i>Wordmarks</i> .....	31

Gambar 2.39 <i>Letterforms</i> .....	32
Gambar 2.40 <i>Pictorial Marks</i> .....	32
Gambar 2.41 <i>Abstract Marks</i> .....	33
Gambar 2.42 <i>Emblem</i> .....	33
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Pemilik Zala Coffee .....	38
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara dengan Barista .....	39
Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara Dengan Praktisi Branding .....	40
Gambar 3.4 Dokumentasi Wawancara Dengan Creative Director .....	42
Gambar 3.5 Logo Zala Coffee .....	44
Gambar 3.6 Monoroom.....	45
Gambar 3.7 Mimesis .....	46
Gambar 3.8 23 Coffee and Eatery.....	47
Gambar 3.9 Selasar Coffee House .....	48
Gambar 3.10 Kopigo.....	49
Gambar 3.11 Logo Kopi Toko Djawa.....	52
Gambar 3.12 Media Sosial Kopi Toko Djawa .....	52
Gambar 3.13 Logo Teplok Coffee and Eatery .....	54
Gambar 3.14 Informasi Responden.....	57
Gambar 3.15 Informasi Responden.....	58
Gambar 3.16 Pernyataan Tentang Kopi .....	58
Gambar 3.17 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	59
Gambar 3.18 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	59
Gambar 3.19 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	60
Gambar 3.20 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	60
Gambar 3.21 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	61
Gambar 3.22 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	61
Gambar 3.23 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	62
Gambar 3.24 Pernyataan Tentang Zala Coffee .....	62
Gambar 3.25 Pernyataan Tentang Zala Coffee .....	63
Gambar 3.26 Pernyataan Tentang Ketertarikan Industri Kopi.....	63
Gambar 3.27 Pernyataan Tentang Identitas Visual.....	64
Gambar 3.28 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	65
Gambar 4.1 Hasil <i>Mindmap</i> .....	68
Gambar 4.2 Penggambaran <i>Connected</i> pada Logo.....	73
Gambar 4.3 Penggambaran <i>Welcoming</i> pada Logo .....	74
Gambar 4.4 Penggambaran <i>Interaction</i> pada Logo .....	74
Gambar 4.5 Penggambaran <i>Big Idea</i> pada Logo .....	75
Gambar 4.6 Penggambaran <i>Tone of Voice</i> pada Logo.....	76
Gambar 4.7 Penggambaran <i>Tone of Voice</i> pada Logo.....	76
Gambar 4.8 Pembuatan <i>Moodboard</i> .....	77

Gambar 4.9 Sketsa Alternatif Logo .....	78
Gambar 4.10 Perancangan Logo .....	79
Gambar 4.11 Perancangan Logo .....	79
Gambar 4.12 Perancangan Logo .....	80
Gambar 4.13 Perancangan Logo .....	80
Gambar 4.14 Logo Final .....	81
Gambar 4.15 Warna Primer & Sekunder Zala Coffee .....	82
Gambar 4.16 <i>Typography</i> Terpilih.....	83
Gambar 4.17 <i>Typography</i> Terpilih.....	83
Gambar 4.18 Supergrafis .....	84
Gambar 4.19 Supergrafis .....	85
Gambar 4.20 Supergrafis .....	85
Gambar 4.21 Kartu Nama .....	86
Gambar 4.22 Kartu Nama .....	86
Gambar 4.23 Kartu Nama .....	87
Gambar 4.24 Kop Surat.....	87
Gambar 4.25 Kop Surat.....	88
Gambar 4.26 Kop Surat.....	88
Gambar 4.27 Amplop.....	89
Gambar 4.28 Amplop.....	89
Gambar 4.29 Amplop.....	90
Gambar 4.30 Baju Karyawan.....	91
Gambar 4.31 Baju Karyawan.....	91
Gambar 4.32 Baju Karyawan.....	92
Gambar 4.33 Apron.....	92
Gambar 4.34 Apron.....	93
Gambar 4.35 Cup & Gelas .....	93
Gambar 4.36 Cup & Gelas .....	94
Gambar 4.37 Cup & Gelas .....	94
Gambar 4.38 Cup Minuman Dingin & <i>Paper Bag</i> .....	95
Gambar 4.39 Cup Minuman Dingin & <i>Paper Bag</i> .....	95
Gambar 4.40 <i>Cup Holder</i> .....	96
Gambar 4.41 <i>Cup Holder</i> .....	96
Gambar 4.42 <i>Cup Holder</i> .....	97
Gambar 4.43 <i>Signage</i> Toko.....	97
Gambar 4.44 <i>Stand Menu</i> .....	98
Gambar 4.45 <i>Stand Menu</i> .....	99
Gambar 4.46 Nomor Meja .....	99
Gambar 4.47 Nomor Meja .....	100
Gambar 4.48 Nomor Meja .....	100



Gambar 4.49 <i>Pouch Bag &amp; Keychain</i> .....	101
Gambar 4.50 <i>Pouch Bag &amp; Keychain</i> .....	101
Gambar 4.51 <i>Pouch Bag &amp; Keychain</i> .....	102
Gambar 4.52 Pin & Kaos .....	102
Gambar 4.53 Pin & Kaos .....	103
Gambar 4.54 Pin & Kaos .....	103
Gambar 4.55 Tumbler .....	104
Gambar 4.56 Tumbler .....	104
Gambar 4.57 <i>Feeds Instagram</i> .....	105
Gambar 4.58 <i>Feeds Instagram</i> .....	106
Gambar 4.59 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	107
Gambar 4.60 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	107
Gambar 4.61 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	108
Gambar 4.62 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	108
Gambar 4.63 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	109
Gambar 4.64 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	109
Gambar 4.65 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	110
Gambar 4.66 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	110
Gambar 4.67 Pernyataan Tentang Topik Rancangan.....	111
Gambar 4.68 Logo Zala Coffee .....	112
Gambar 4.69 Analisis Supergrafis .....	113
Gambar 4.70 Kartu Nama .....	114
Gambar 4.71 Kop Surat.....	115
Gambar 4.72 Amplop.....	115
Gambar 4.73 Baju .....	116
Gambar 4.74 Apron.....	116
Gambar 4.75 Cup Minuman Panas & Cangkir .....	117
Gambar 4.76 Cup Minuman Dingin & <i>Paper Bag</i> .....	117
Gambar 4.77 <i>Cup Holder</i> .....	118
Gambar 4.78 <i>Simage Toko</i> .....	118
Gambar 4.79 Nomor Meja .....	119
Gambar 4.80 <i>Stand Menu</i> .....	119
Gambar 4.81 Pin .....	120
Gambar 4.82 Tumbler .....	120
Gambar 4.83 <i>Pouch Bag &amp; Keychain</i> .....	121
Gambar 4.84 Kaos.....	121
Gambar 4.85 Sosial Media.....	122
Gambar 4.86 GSM.....	123

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin .....	xv
Lampiran B Form Bimbingan .....	xvi
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xviii
Lampiran D Hasil Kuesioner Beta Test .....	xxv
Lampiran E Hasil Transkrip Wawancara Pemilik Zala Coffee .....	xxix
Lampiran F Hasil Transkrip Wawancara Barista Bersertifikat.....	xxxv
Lampiran G Hasil Transkrip Wawancara Praktisi <i>Branding</i> .....	xxxviii
Lampiran H Hasil Transkrip Wawancara Creative Director.....	xlii

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with several white squares inside, resembling a grid or a specific brand mark.

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA