

## **ABSTRAK**

Christian Natalindo (625170095)

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL “NEW ORANGE” BOOK STORE**

Toko buku adalah sebuah tempat yang di dalamnya menjual berbagai jenis buku yang tersusun rapi di rak-rak buku dan alat-alat yang terkait dengan buku itu sendiri. Saat ini berkembang pula toko buku daring/*online* yang tidak mempunyai bangunan, namun tetap memiliki esensi yang sama dalam menjual buku. New Orange Book Store merupakan toko buku *online* yang sudah berdiri sejak 2016 hingga sekarang. Toko buku ini menjual dan membeli berbagai macam buku *import*, dari yang masih baru hingga yang sudah bekas. Ilyas Adiyasa, pemilik dan pengelola dari toko buku ini awalnya mempunyai sumber daya seperti blog dan koneksi dari toko buku lain, sehingga peluang tersebut dimanfaatkan menjadi bisnis toko buku New Orange Book Store ini. identitas visual yang dimiliki masih kurang konsisten dan jarang digunakan. Padahal konsep toko buku online itu sendiri juga penting untuk memberikan pesan yang baik kepada target audiens salah satunya melalui desain yang konsisten dan identitas visual yang akan menambah eksklusifitas sebuah brand. identitas visual yang dimiliki masih kurang konsisten dan jarang digunakan. Padahal konsep toko buku online itu sendiri juga penting untuk memberikan pesan yang baik kepada target audiens salah satunya melalui desain yang konsisten dan identitas visual yang akan menambah eksklusifitas sebuah brand. Berangkat dari permasalahan tersebut, penulis memutuskan untuk membuat perancangan ulang identitas visual dari New Orange Book Store guna meningkatkan brand awareness.

Tahap perancangan ini dimulai dari latar belakang, identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis dan strategi, konsep, perancangan, dan implementasi. Pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan pada perancangan ini adalah melakukan wawancara dengan pemilik New Orange Book Store, dan mengumpulkan data pesaing, dan data lainnya melalui media Internet. Hasil dari perancangan ini adalah identitas visual New Orange yang didasari dengan konsep yang Friendly dan Full Of Surprise, serta sesuai dengan citra penamaan New Orange. Warna yang digunakan didominasi dengan warna Orange dan Putih yang memiliki arti Friendly, Creativity dan Ketulusan sesuai dengan Visi dari New Orange tersebut. Perancangan ini juga dilengkapi dengan pembuatan *Graphic Standard Manual* yang berisikan pedoman atau batasan – batasan dalam menggunakan logo dan elemen visual dalam penerapannya.

**Kata kunci:** Perancangan ulang, Toko Buku Online, Brand Awareness

## **ABSTRACT**

Christian Natalindo(625170095)

### ***THE REDESIGN OF “NEW ORANGE” BOOK STORE VISUAL IDENTITY***

A bookstore is a place that sells various types of books neatly arranged on bookshelves and tools related to the book itself. Nowadays, there are also online bookstores that do not have buildings, but still have the same essence of selling books. New Orange Book Store is an online bookstore that has been around since 2016 until now. This bookstore sells and buys various kinds of imported books, from new ones to used ones. Ilyas Adiyasa, owner and manager of this bookstore initially had resources such as blogs and connections from other bookstores, so that this opportunity was used to become the New Orange Book Store bookstore business. their visual identity is still inconsistent and rarely used. Even though the concept of the online bookstore itself is also important to give a good message to the target audience, one of which is through a consistent design and visual identity that will add to the exclusivity of a brand. their visual identity is still inconsistent and rarely used. Even though the concept of the online bookstore itself is also important to give a good message to the target audience, one of which is through a consistent design and visual identity that will add to the exclusivity of a brand. Departing from these problems, the authors decided to redesign the visual identity of the New Orange Book Store to increase brand awareness.

This design stage starts from the background, problem identification, data collection, analysis and strategy, concept, design, and implementation. Data collection and data analysis methods used in this design are conducting interviews with the owner of the New Orange Book Store, and collecting competitor data, and other data via the Internet. The result of this design is the visual identity of New Orange which is based on the Friendly and Full Of Surprise concept, and in accordance with the image of the naming New Orange. The colors used are dominated by Orange and White which means Friendly, Creativity and Sincerity in accordance with the Vision of New Orange. This design is also equipped with the creation of a Graphic Standard Manual which contains guidelines or limitations in using logos and visual elements in their application

***Keywords:*** *Brand Awareness, Online Book Store, Visual Identity, Redesign*