



Pekan Komunikasi UI 2023
Advertising War



Transit Bookstore @Urban Farm PIK

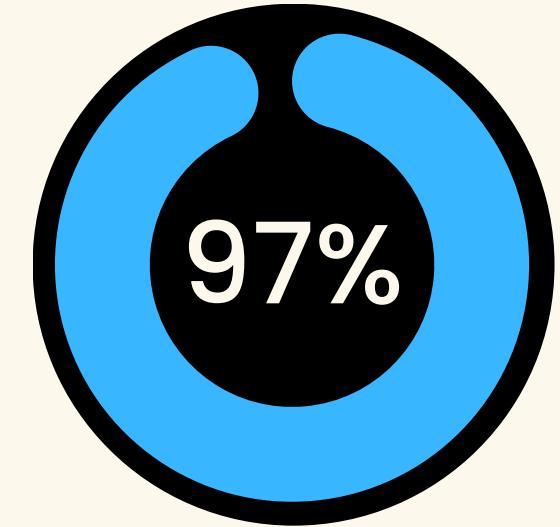
Connected to be Distracted

STRATEGIC DOCUMENT

Is it the end of bookstores?

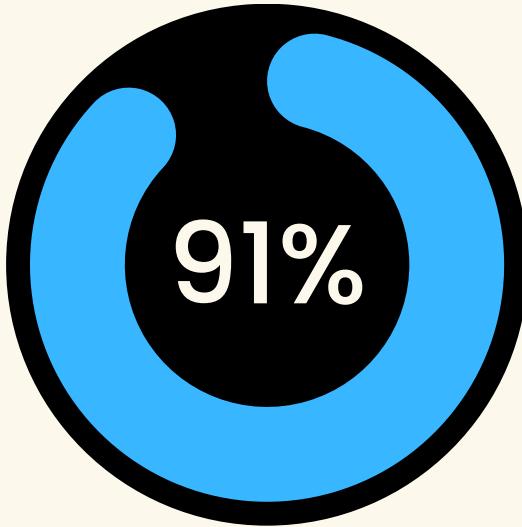
Perkembangan teknologi menuju era digital memberikan berbagai macam perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek, salah satunya **perubahan perilaku konsumen dalam membeli buku**. Tak hanya itu, pandemi Covid-19 juga berperan dalam perubahan kebiasaan masyarakat dari pembelian secara luring menjadi daring. Hal tersebut sejalan dengan data yang dirilis oleh Forbes, dimana **sebanyak 24% pembelian ritel diprediksi akan dilakukan secara daring**. Fakta tersebut menjadi **ancaman potensial** yang nyata bagi toko buku tradisional.

Toko buku tradisional menjadi elemen yang penting dalam mewujudkan nilai ekonomi dan nilai budaya industri buku. Selain itu, toko buku tradisional memiliki keunggulan utama yaitu keunikan dan daya tarik yang tidak dimiliki oleh toko buku digital: **personal touch**. Pelanggan dapat membangun pengalaman yang intim dengan mengeksplorasi buku secara langsung, memegang buku secara fisik, dan melakukan konsultasi secara personal mengenai suatu buku. **Pengalaman yang intim tersebut dapat membentuk keterikatan dan konektivitas dengan toko buku tersebut.**



Konsumen puas membeli buku melalui toko buku digital.

Sumber: Bye Bye Book Store: A Survey on marketing Strategies Of Dutch Bookstore Owners in the Digital Age (2014)



Orang melakukan pembelian daring menggunakan ponsel pintar.

Sumber: Forbes "38 E-Commerce Statistics Of 2023"

That being said...

Pengalaman intim sebagai bentuk *personal touch* dapat membangun keterikatan dan konektivitas dengan pelanggan dalam membangun brand positioning sebuah toko buku.

Sumber referensi

- 1.Baluch, A. (2023). 38 E-Commerce Statistics Of 2023. Forbes. <https://www.forbes.com/advisor/business/ecommerce-statistics/#:~:text=Mobile%20commerce%20accounted%20for%20more,ands%20710.42%20billion%20in%202025..> Diakses 23 Maret 2023.
- 2.Eger, L., Komárková, L., Egerová, D., & Mičík, M. (2021). The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. Journal of Retailing and Consumer Services, 61(102542). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102542>. Diakses 23 Maret 2023.
- 3.Spruit, M. (2014). Bye Bye Bookstore: A Survey on marketing Strategies Of Dutch Bookstore Owners in the Digital Age. TXT, 1(1), 32–35. <https://hdl.handle.net/1887/30078>. Diakses 23 Maret 2023.
- 4.Throsby, D., Zwar, J., & Crosby, P. (2022). The economic and cultural value of the Australian book industry deserves more government support. The Conversation. <https://theconversation.com/the-economic-and-cultural-value-of-the-australian-book-industry-deserves-more-government-support-190900>. Diakses 24 Maret 2023.

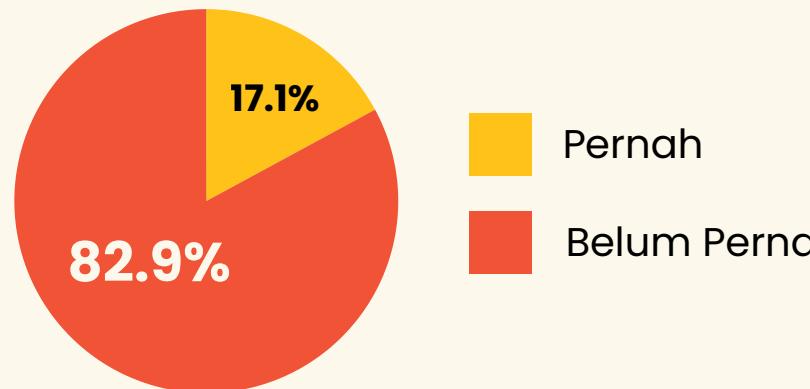
Transit Bookstore & its competitors

General Analysis

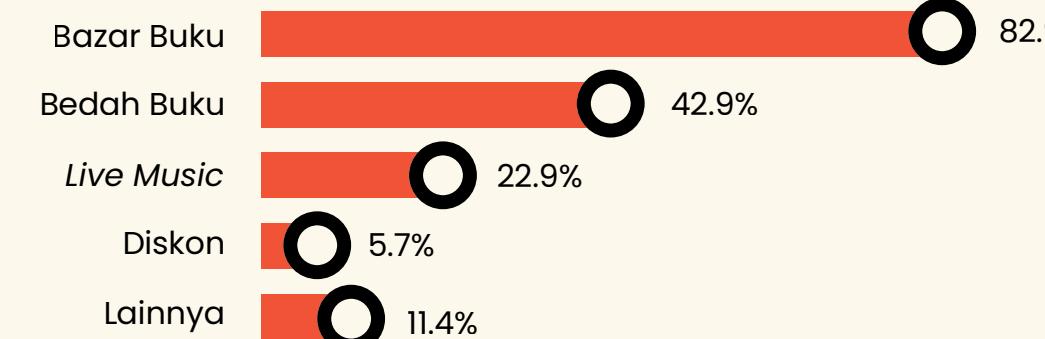
Aspek					
Pricing Range	Rp 220.000 s/d Rp 340.000	Rp 30.000 - Rp 430.000	Rp 15.000 - Rp 2.380.000	Rp 40.000 - Rp 3.700.000	Rp 100.000 - Rp 2.800.000
Primary Audience	<i>Curious Reader</i>	Penggemar Buku <i>Underrated</i>	Pembaca skala <i>Expert</i> dan <i>Corporate</i>	Penggemar buku English, Japan, dan Chinese	<i>Urban Consumer</i>
Strength	Satu-satunya toko buku independen di PIK	Variasi dan eksklusivitas buku	Reputasi	Aksesibilitas website	<i>Free Delivery</i>
Weakness	Tidak memiliki <i>online store</i>	Tidak memiliki <i>catalog</i>	Fitur website	Variasi produk	Tidak memiliki toko buku <i>offline</i>
Value Proposition	<i>Premium Currated Book</i>	Acara eksklusif: <i>Intimate Book Gathering</i>	Cabang toko <i>offline</i> mudah ditemukan	Market audience spesifik	<i>Packaging</i>

To get an insight into the target and existing costumer, we conducted an independent survey towards book readers aged 20–36 years old based in DKI Jakarta.

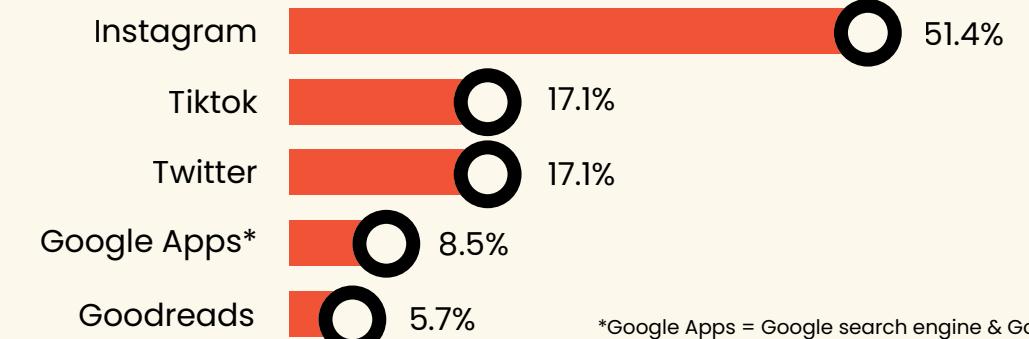
Apakah Anda pernah mendengar Transit Bookstore sebelumnya?



Acara atau Kegiatan yang Dapat Menarik Perhatian.



Media Digital yang Sering Digunakan untuk Mengetahui Toko Buku.



*Google Apps = Google search engine & Google Maps

Aspek yang Membuat Responden Tidak Tertarik Datang ke Transit Bookstore.



Apa yang membuat Anda tertarik untuk datang ke toko buku tradisional?

"Bertemu dengan sesama pembaca untuk berbagi rekomendasi, sekadar menikmati suasana toko buku."

"Bisa melirik kondisi buku secara langsung, berbincang dengan pemilik buku"

"Lebih mudah untuk memilih buku dan bisa membaca buku disana sekaligus"

"Karena homey dan vibesnya beda dengan buku digital"

We gathered 35 respondents through our survey which we distributed across platform. From our survey, we picked 3 respondents who knows about Transit Bookstore to do an in-depth interview.



Gianni Reiza Maulania

Age: 36

SES: A

Occupation: Ibu Rumah Tangga

Location: Indramayu, Jawa Barat

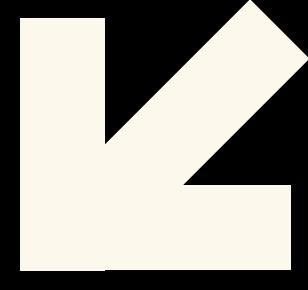
Platforms Used: Instagram, Goodreads

Introvert

Consistent

Critical

I The Intelligent: Analytical and Critical



Bio

Seorang ibu rumah tangga dengan dua anak. Gemar berolahraga 2-3 kali seminggu. Suka membaca sambil mendengarkan musik dan mengobrol dengan teman-teman di Whatsapp di sela rutinitas.

Book Reading Motivation

Untuk memperluas wawasan, memperoleh informasi, serta mengasah kemampuan berpikir dan menganalisis.

Challenges in Reading a Book

Waktu sehari - hari yang terbatas.

Book Purchasing Behavior

Mempertimbangkan isi atau topik dari buku terlebih dahulu. Kemudian mempertimbangkan tempat membeli buku. Terakhir, saya mempertimbangkan harga buku.

Places to Look for Books



Ideal Traditional Bookstore

Koleksi bervariasi dan mengizinkan pengunjung untuk mengeksplorasi buku yang dijual. Seperti dengan tidak menyegel semua buku, membiarkan pengunjung membaca atau sekadar melihat-lihat isi buku dengan bebas. Koleksi buku ditata rapi sesuai dengan genre untuk mempermudah pencarian.

Thoughts and Opinion in Transit Bookstore

Keunikan konsep buku yang dikurasi dengan seksama sesuai tema yang dipilih menjadi daya tarik tersendiri. Buku yang disajikan tidak selalu mengikuti tren. Tak hanya itu, Transit Bookstore sangat beragam dari sisi penulis, lokasi asal, topik, dan penerbit yang seringkali tidak bisa ditemukan di toko-toko buku seperti Periplus atau Kinokuniya.

What Could Be Improved?

Mungkin promosi potongan harga karena buku-buku yang dijual oleh Transit Bookstore adalah buku-buku impor sehingga harganya relatif mahal.



Rhea Adri

Age: 28

SES: A

Occupation: Country HR Manager

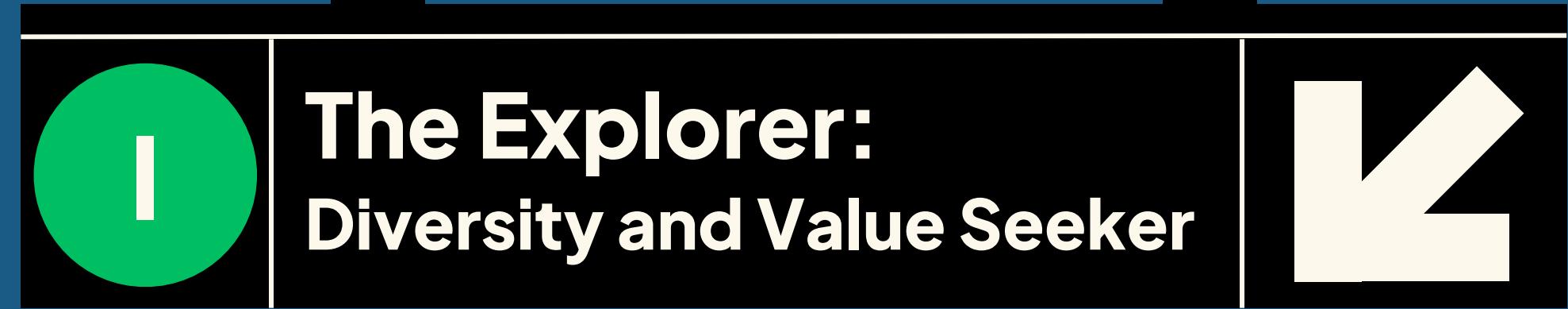
Location: Jakarta

Platforms Used: Jakarta Post,
Washington Post, Youtube

Perfectionist

Intellect

Hardworking



Bio

Seorang karyawan swasta dengan rutinitas kerja *Monday to Friday, 45 hours per week*. Berolahraga secara reguler sekitar 30-40 menit setiap harinya. Biasa memanfaatkan waktu luang untuk membaca, *travelling*, menggambar dan terkadang saya suka untuk berdonasi *every now and then*.

Book Reading Motivation

Sebagai *entertainment value* serta langkah untuk mengurangi kebiasaan yang tidak produktif seperti menonton TV.

Challenge in Reading a Book

Jam kerja yang menghambat target baca.

Book Purchasing Behavior

Lebih suka untuk membeli dan membaca buku-buku yang ditulis oleh POC (*person of color*) dan berasal dari *Southern hemisphere*. Lalu, saya cenderung memilih untuk membeli buku dari toko buku independen yang lebih 'berani' dalam memilih judul buku yang dijual dibandingkan toko buku konvensional.

Places to Look for Books



Ideal Traditional Bookstore

Size does not matter. Distance does not matter. Price does not matter. Aspek yang terpenting adalah seberapa *diverse* buku-buku yang dijual dan buku-buku tersebut tidak disegel plastik supaya bisa dibaca secara langsung.

Thoughts and Opinion in Transit Bookstore

Saya sangat menyukai Transit Bookstore karena mereka selalu mengkursi buku mereka sesuai dengan tema yang dipilih. Tema-tema yang dipilih selalu berani dan *intentional* seperti *inquiry, in the margins, borders, mind and body, resist*, dan lain-lain. Hal tersebut menurut saya membuat mereka menjadi sebuah toko buku independen yang tidak berorientasi kepada profit.

What Could Be Improved?

It would be great if Transit Bookstore can create its own book community or a book club. Dengan membuat sebuah *book club* pembaca dapat meringankan pembaca mendalami topik-topik yang *niche*.



Syarif

Age: 22

SES: A

Occupation:

Human Resources Development

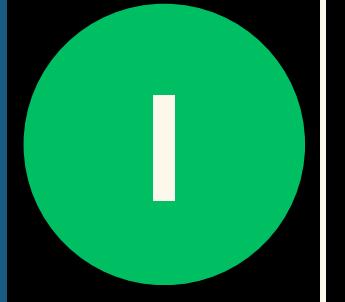
Location: Jakarta

Platforms Used: Instagram, TikTok

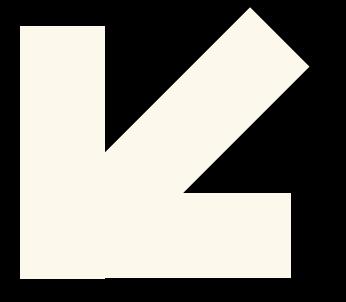
Cheerful

Easy-going

Positive



The Experience-seeker: Research and Digital Savvy



Bio

Seorang INFJ yang suka mencari kedamaian. Biasanya menghabiskan waktu dengan membaca buku sambil menyeruput kopi. *My aspiration is to be happy :)*

Book Reading Motivation

Menemukan buku sebagai tempat untuk menyelesaikan permasalahan hidup.

Challenges in Reading a Book

Kualitas buku yang menurun dan harga buku yang semakin naik. Selain itu, kesulitan dalam mencari buku impor di Indonesia.

Book Purchasing Behavior

Riset ketersediaan buku yang aku inginkan lewat perpustakaan daring seperti aplikasi IPusnas atau Libby. Lalu membandingkan harga toko *online* dan *offline*. Untuk pembelian aku datang langsung ke toko *offline* karena pengalamannya yang tidak tergantikan walaupun harganya mahal.

Places to Look for Books

PERIPLUS
BOOKSTORES



Ideal Traditional Bookstore

Yang memberikan pengalaman dalam membeli buku, seperti staf yang ramah, bisa diajak diskusi, dan memberikan rekomendasi bacaan. Tak hanya itu, menurut aku, toko buku yang dilengkapi dengan *merchandise* dan kafe mungil; mendekati dengan konsep Toko Buku Akik di Yogyakarta dan Kineruku di Bandung.

Thoughts and Opinion in Transit Bookstore

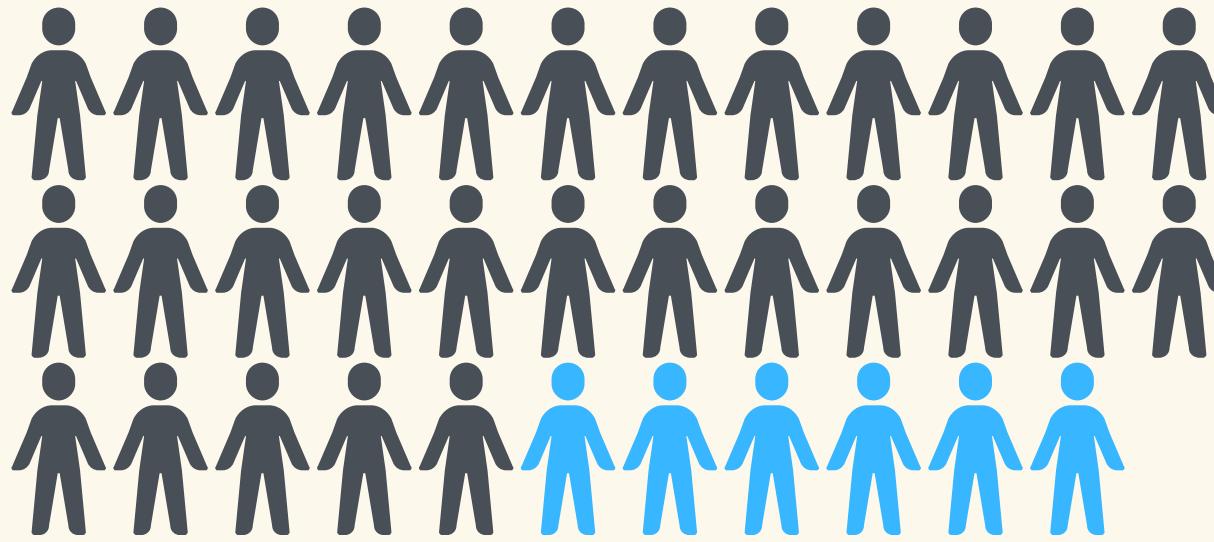
Konsepnya yang unik dan berani mengedepankan buku dari penerbit indie luar negeri. Tak hanya itu, topik yang disajikan beragam mulai dari lingkungan, bahasa, sosial, gender, seksualitas, sampai novel fiksi yang *underrated*. Walaupun harganya cukup mahal, pengalaman yang diberikan sangat *worth-it*.

What Could Be Improved?

Meningkatkan promosi lewat konten-konten di kanal media sosial serta ekspansi ke platform lain seperti TikTok. Selain itu, Transit Bookstore juga bisa melakukan kolaborasi dengan klub buku lain untuk menyelenggarakan acara seperti ruang untuk diskusi atau menjadi sponsor.

So, to conclude our research...

Pengetahuan tentang Transit Bookstore



29 dari 35 responden belum mengetahui dan belum pernah mendengar Transit Bookstore sebelumnya.

Lalu, 5 dari 6 responden yang tahu dan sudah pernah mengunjungi Transit Bookstore merasa kurangnya promosi potongan harga membuat mereka kurang tertarik dengan Transit Bookstore.



Ketiga narasumber yang kami wawancara merupakan pembaca buku yang menaruh **value** terhadap pengalaman ke toko buku serta mengapresiasi **value** yang dimiliki oleh Transit Bookstore.

What Could Be Improved from Transit Bookstore?



Meningkatkan promosi potongan harga



Mengadakan klub buku atau ruang diskusi



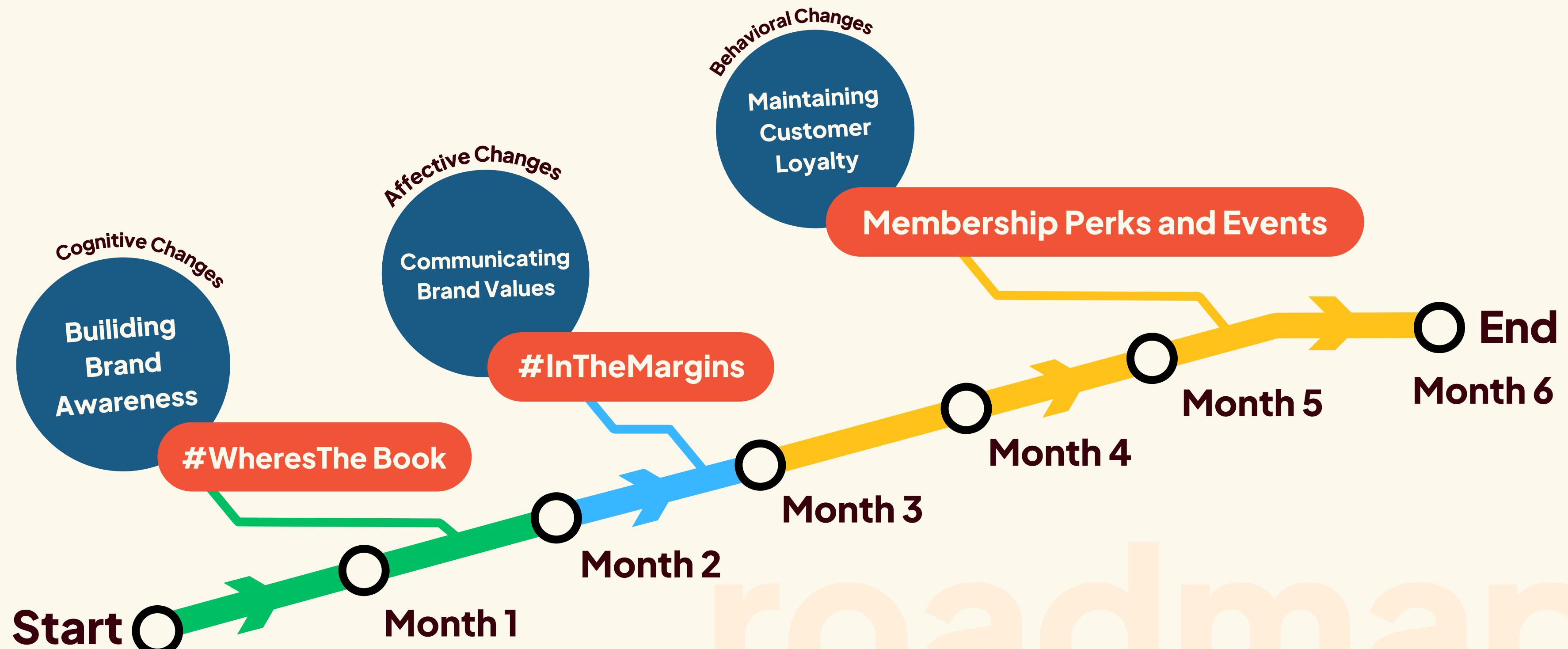
Meningkatkan konten dan ekspansi platform



Kualitas Isi Buku menjadi hal pertama yang dipertimbangkan dalam membeli suatu buku (17 responden). Kemudian diikuti dengan **Genre Buku** (13 responden). Sisanya mempertimbangkan aspek seperti popularitas, estetika, dan aspek-aspek lainnya.

Let's get our target consumer to their destination.

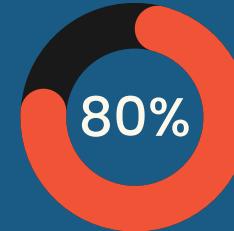
Advertisement Campaign Overview



Building Brand Awareness:

#WheresTheBook?

Based on our internal research:



Tidak mengetahui lokasi Transit Bookstore.



Optimalisasi platform Instagram dan TikTok sebagai platform dengan pengguna terbanyak.



Objectives:

Membangun awareness khalayak terhadap eksistensi toko buku independen yang memberikan pelayanan informatif di kawasan PIK.

Description:

Pada tahap awal kita memaksimalkan Google Maps dan eksistensi Transit Bookstore di sosial media. Campaign akan dilakukan dengan menempatkan rak buku di tiga spot terkenal di daerah PIK. Rak tersebut akan diisi buku-buku eksklusif dengan banyak peminat, namun buku hanya berisikan barcode yang terarah ke Google Maps lokasi Transit Bookstore. Selain itu campaign ini akan bekerjasama dengan influencer sebagai media promosi kampanye di media sosial Instagram dan Tiktok.

Communicating Brand Values towards Costumer:

#InTheMargins

Based on our internal research:

- 1) Konsep buku yang dikurasi secara berkala dengan kualitas tinggi pada rak #InTheMargins menjadi keunikan utama Transit Bookstore bagi para *audience*. Hal tersebut perlu ditunjukan sebagai identitas Transit Bookstore.
- 2) Kurangnya potongan harga menjadi salah satu alasan *audience* tidak tertarik berkunjung dan membeli buku di Transit Bookstore

Objectives:

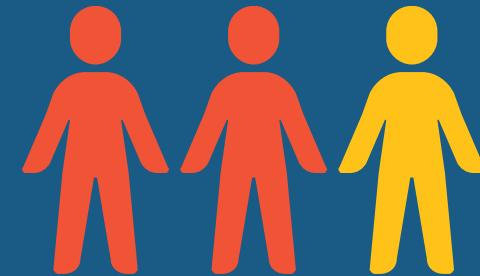
- Menarik khalayak yang tertarik dengan Transit Bookstore datang ke toko luring dan membaca buku-buku pada rak #InTheMargins.
- Mengemukakan *Unique Selling Positioning* sebagai toko buku independen yang hadir dengan konsep berbeda.

Description:

Transit Bookstore bersedia membantu pengunjung untuk menemukan buku yang cocok dengan preferensi pengunjung. Tidak hanya itu, Transit Bookstore memberikan beberapa promo untuk menarik pengunjung datang ke gerai offline Transit BookStore dengan promo seperti berikut:

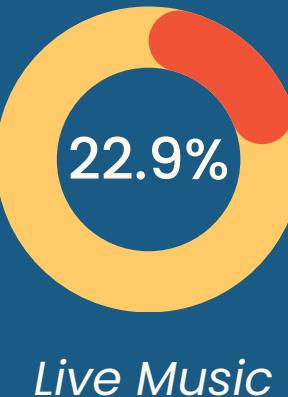
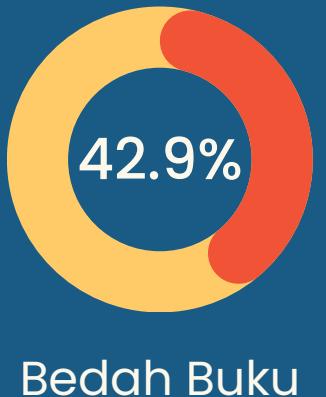
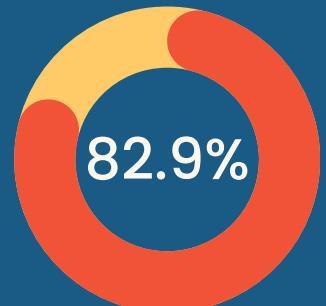
- Pembelian buku pertama kali secara online akan mendapatkan kupon potongan 15% yang dapat diklaim jika membuat Instagram Story berisi foto buku dan kupon. Kupon hanya dapat diklaim di toko buku luring Transit Bookstore. Tidak hanya itu, pembelian buku pertama kali yang dilakukan secara luring akan mendapatkan potongan harga 20% apabila memberikan ulasan mengenai Transit Bookstore melalui aplikasi Google Maps.
- Setelah pembelian buku pertama kali secara luring, pelanggan akan mendapatkan tawaran untuk bergabung menjadi keanggotaan Transit Bookstore dengan keuntungan berupa *personalized curated book* yang disesuaikan dengan preferensi genre buku customer, undangan ke acara eksklusif Transit Bookstore, dan potongan harga khusus anggota.

Based on our internal research:



2 dari 3 *interviewee* berpendapat bahwa dibutuhkan beberapa acara pendukung seperti, ruang diskusi.

Kegiatan yang dapat menarik perhatian pengunjung ke toko buku *offline*.



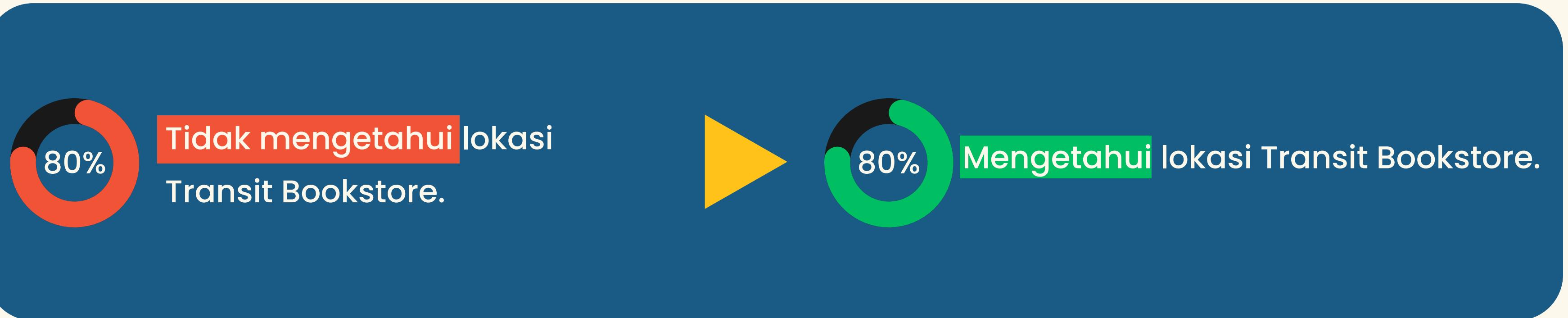
Objectives:

- *Maintaining customer* dengan *giving after sales* kepada pembaca yang telah datang ke gerai luring Transit Bookstore.
- Mengubah *behavior* pengunjung yang datang ke PIK untuk membaca buku.

Description:

Setelah memberikan *customer* beberapa promo dan *compliment*, dalam kampanye ini kita akan memberikan beberapa hal yang terbilang eksklusif kepada mereka. Dalam tiga bulan terakhir kampanye, kita akan *mengadakan beberapa event* seperti Bazar Buku, *Blind Date with Book*, dan *Live Music*.

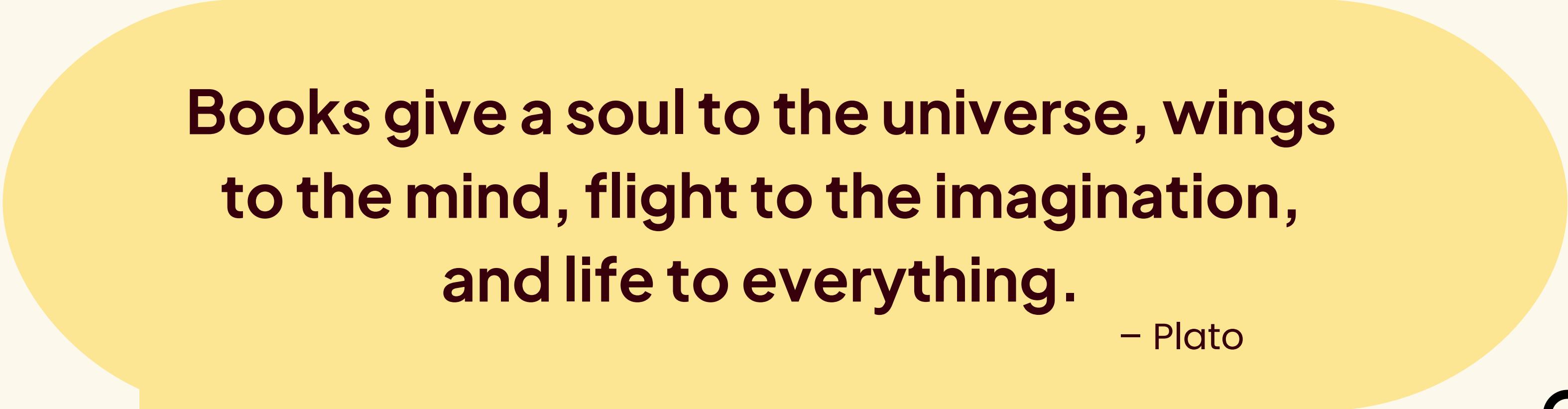
Evaluation



Menambah Awareness pengunjung PIK dengan harapan pengunjung PIK datang ke toko Transit Book Store untuk hanya sekedar membaca-baca buku yang tersedia di rak *In The Margins* atau sampai membeli buku di Transit Book Store.

Dapat me-*maintaining* pengunjung yang awalnya hanya penasaran dapat menjadi pelanggan tetap.

Connected to be Distracted



**Books give a soul to the universe, wings
to the mind, flight to the imagination,
and life to everything.**

– Plato

