Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pelayanan kesehatan di Indonesia masih hinggap di tahap problematika, terbukti dengan Indonesia menempati urutan ke 101 dari 149 negara dalam Indeks Kesehatan Global 2017 (tirto.id, diakses pada tanggal 22 Februari 2018). Salah satu penyebab masalah situasi kesehatan Indonesia ialah ketimpangan regional dan sosial ekonomi dalam sistem kesehatan. Hal ini mengarahkan pada kurangnya kapasitas dan kompetensi tenaga medis, standar pelayanan kesehatan yang rendah, fasilitas kesehatan yang sedikit dan kurang memadai. Keadaan tersebut menyebabkan rendahnya jaminan kesehatan bagi kaum marjinal, terutama di daerah yang tidak mendapatkan akses pelayanan dan bermasalah kesehatan.

Jumlah fasilitas kesehatan pertama atau Puskesmas di Indonesia setidaknya berjumlah 9.500 unit, dan kurang dari 50 persennya belum berfungsi optimal (Riset Fasilitas Kesehatan Indonesia, 2011). Sementara dari 2.184 rumah sakit yang ada di Indonesia, sebagian besar masih berpusat di kota-kota besar. Selain itu, persebaran tenaga kesehatan yang belum merata (*Health Professional Education Quality*, 2011), ditegaskan dengan Data Kementerian Kesehatan RI (2016) yang mencatat, sebanyak 52,8 persen dokter spesialis berada di Jakarta, sementara di NTT dan provinsi di bagian Timur Indonesia lainnya hanya sekitar 1-3 persen saja.

Gerakan Pencerah Nusantara merupakan jawaban atas problematika kehidupan kesehatan masyarakat Indonesia. Masalah infrastruktur dan distribusi

Perancangan Ulang Visual..., Vevi Julian, FSD UMN, 2018

tenaga kesehatan yang belum merata dan kurang memadai ini menjadi fokus Pencerah Nusantara untuk mengoptimalkan layanan kesehatan primer lintas sektoral dalam mewujudkan Indonesia yang sehat. Misi untuk meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui kesehatan, dilaksanakan dengan menempatkan generasi muda pada wilayah di mana penduduknya membutuhkan intervensi di bidang kesehatan.

Walaupun berniat mulia, program Pencerah Nusantara mengalami kesulitan untuk menampung calon-calon Pencerah Nusantara yang baru karena minimnya pengetahuan masyarakat, terutama target audiens, dalam pengenalan program pengabdian kesehatan ini. Harapan merekrut tenaga profesional kesehatan di kota-kota besar pun tidak mencapai target. Yeyen Yenuarizki, selaku senior dalam tim *Outreach and Partnership* Pencerah Nusantara, juga menyatakan ketiadaan *brand guidelines* menyulitkan perancangan visual sebagai media komunikasi programnya.

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan meningkatkan *awareness* program Pencerah Nusantara terhadap target audiens, penulis berusaha menghadirkan solusi berupa perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara, agar *awareness* dari gerakan positif ini meningkat sehingga semakin banyak pihak turut peduli dan berpartisipasi dalam perbaikan kesehatan masyarakat Indonesia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dari perancangan ini ialah: Bagaimana perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara?

1.3. Batasan Masalah

Perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara akan dibatasi pada target audiens program Pencerah Nusantara, yaitu:

1. Geografis
   a. Target primer : wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)
   b. Target sekunder : kota-kota besar di Indonesia (Bandung, Yogyakarta, Semarang, dll.)
2. Demografis
   a. Target Primer
      1.) Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
      2.) Usia : 22 – 29 tahun
      3.) Pendidikan : kelulusan D3/D4/S1/sederajat di bidang kesehatan
      4.) Pekerjaan : berprofesi di bidang kesehatan (dokter umum/dokter gigi/perawat/bidan, dsb.)
      5.) Kelas ekonomi : SES A – B
   b. Target Sekunder
      1.) Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
      2.) Usia : 18 – 21 tahun

Perancangan Ulang Visual..., Vevi Julian, FSD UMN, 2018

3.) Pendidikan : mahasiswa D3/S1/sederajat di bidang kesehatan maupun non-kesehatan

4.) Kelas ekonomi : SES A – C

Target audiens tidak dibatasi dalam hal agama dan etnis (terbuka untuk semua), berstatus sebagai Warga Negara Indonesia (WNI), mampu berbahasa Indonesia, dan belum menikah.

3. Geodemografis : menetap di hunian perkotaan, seperti komplek perumahan, apartemen, asrama, kost.
4. Psikografis : pribadi yang aktif dalam komunitas atau organisasi, berjiwa pemimpin, dan memiliki minat dalam berbagi dan pelayanan. Target perancangan ini terdapat dalam kelompok *expert* yang profesional di bidangnya, tekun dalam profesi, dan keinginan untuk terus belajar. Serta aspirator, bersifat *open minded* dan memiliki harapan menjadi *influencer* sehingga mampu berkontribusi bagi masyarakat (Yuswohady & Gani, 2015, hlm. 71-72).

Selain melakukan segmentasi target, perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara juga akan dibatasi pada beberapa hal, antara lain:

1. Perancangan ulang identitas visual Pencerah Nusantara.
2. Perancangan komunikasi visual *brand* mengenai program yang dilangsungkan oleh Pencerah Nusantara.
3. Pembuatan *brand guidelines* sebagai sistem pedoman identitas *brand* Pencerah Nusantara yang konsisten dalam pengaplikasian pada berbagai media penunjang.

Perancangan Ulang Visual..., Vevi Julian, FSD UMN, 2018

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk dapat melakukan perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara dapat bermanfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Penulis

   Memperoleh ilmu serta wawasan baru terkait penerapan ilmu desain grafis dalam *branding* dengan melakukan perancangan ulang secara visual.

2. Bagi Pencerah Nusantara

   Menjadi referensi dalam desain dan penelitian bagi Pencerah Nusantara untuk meningkatkan *brand awareness* sebagai gerakan sosial pembangunan kesehatan Indonesia.

3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

   Menambah bahan literatur dan referensi mengenai perancangan ulang *visual branding* sehingga mempermudah mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang membutuhkan pemahaman terkait topik tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA