



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena yang melatarbelakangi munculnya organisasi-organisasi sosial di Indonesia adalah tingginya kesenjangan sosial. Menurut hasil riset dari Badan Pusat Statistik (uns.ac.id), di tahun 2012, 12% dari total penduduk Indonesia masih berada dalam masalah kemiskinan, yakni sekitar 29,13 juta orang. Menurut riset yang dilakukan oleh negara Australia tentang kesenjangan sosial di Indonesia (artikel 16 Juni 2014; radioaustralia.net.au) ada 4 faktor yang membuat Indonesia memiliki kesenjangan sosial yang tinggi yaitu pendidikan yang rendah, keterampilan manusia yang kurang, aset tertinggi dipegang oleh yang kaya, dan tidak adanya jaminan kesehatan dan lapangan pekerjaan. Organisasi sosial muncul untuk membantu menunjang kehidupan masyarakat kelas bawah.

Indonesian Humanity Foundation (IHF) adalah sebuah organisasi sosial yang bergerak di bidang kemanusiaan dan kebudayaan dengan fokus pelayanan kepada masyarakat pelosok di Indonesia dengan memberikan bantuan bukan hanya berbentuk materi namun pengajaran *hardskill* seperti mengolah sumber daya alam untuk dijadikan matapencaharian.

Salah satu penunjang eksistensi sebuah organisasi sosial bisa dikenal oleh masyarakat dan berdiri dalam jangka waktu yang panjang adalah dengan adanya identitas yang membedakannya dengan organisasi sosial yang lain. Menurut Wheeler (2009, hlm.4), identitas yang ideal mengandung diferensiasi atau unsur

pembeda dengan yang lain. Dalam hal ini sebuah organisasi sosial butuh menunjukkan perbedaan bidang pelayanannya dengan organisasi lain melalui identitas.

Namun sayangnya, IHF tidak memiliki identitas visual atau tanda pengenal sehingga orang tidak sadar akan keberadaannya dan citra IHF sebagai organisasi NGO belum terbentuk di benak masyarakat. Menurut *founder* IHF dalam wawancara yang dilakukan pada 15 Februari 2017, buktinya adalah IHF tergolong rendah akan adanya partisipan dan donatur tetap (dari data IHF). Diperkuat dengan survei yang dilakukan penulis pada 16 Maret 2017 kepada 100 responden dengan 93% responden di Tangerang dan Jakarta, sebanyak 87% responden tidak mengetahui eksistensi IHF (tidak pernah mendengar keberadaannya). Secara otomatis, jika sebuah organisasi dikenal baik oleh masyarakat melalui identitas yang dibangun, maka sebuah organisasi terjamin kelangsungan hidupnya dimana dapat dengan mudah mensosialisasikan program, melakukan *fundraising*, memiliki sumber daya manusia sebagai partisipan, dan adanya donatur tetap. Bapak Dominggus Laturiuw selaku *founder* dari IHF mengatakan bahwa IHF membutuhkan identitas visual yang konsisten untuk digunakan dalam jangka waktu yang lama karena selama IHF berdiri, ketidakkonsistenan dalam hal identitas selalu menjadi akar masalah yang menyebabkan citra IHF tidak terbangun dalam benak masyarakat lalu merembet kepada kesulitan sosialisasi dan jalannya program.

Menurut Hatch and Schultz (2004) dalam Jurnal Siasat Bisnis, Identitas Organisasi oleh Fathul Himam (2012, hlm. 2-4), berdasarkan masalah yang ada,

IHF memerlukan identitas visual karena identitas merupakan cerminan dari citra organisasi, refleksi dari budaya organisasi, serta berfungsi meningkatkan efektifitas organisasi dalam menyesuaikan diri di masyarakat. Menurut Wheeler (2009, hlm.6), identitas bagi organisasi sosial merupakan dasar yang bersifat mendasar karena melalui identitas keunggulan sebuah entitas dapat direpresentasi, dapat membangun *awareness* dan *recognition* sehingga dapat dikenal, diingat, pembeda dengan organisasi lain, dan bisa memperluas eksistensinya lewat program-program sosial dari bidang pelayanannya.

Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual untuk IHF melalui Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Identitas Visual *Indonesian Humanity Foundation*”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana membangun *image* IHF sebagai sebuah *Non-Governmental Organization* (NGO) dengan perancangan identitas visual?
2. Bagaimana membuat perancangan identitas visual bagi IHF sebagai tanda pengenal dan eksistensi IHF, beserta dengan sistem identitasnya melalui *visual identity guideline*?

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan Tugas Akhir ini akan dibatasi pada:

1. Perancangan identitas visual berupa logo organisasi IHF beserta dengan visual turunan logo yang melekat bagi identitas IHF (berguna kedepannya untuk sosialisasi program).
2. Perancangan sistem identitas visual IHF melalui *graphic standard manual*.
3. *Target Audience*:
 - a. Geografis
 - Primer : penelitian untuk lingkup Tangerang karena IHF berdomisili di Tangerang.
 - Sekunder : Jabodebek (daerah yang masih berada di sekitaran Tangerang).
 - b. Demografis
 - Primer : usia 16-30 tahun (usia produktif, muda sampai dewasa muda), meliputi kedua *gender*, lebih fokus kepada anak muda (mahasiswa), warga negara Indonesia, semua etnis.
 - Sekunder : usia 31-50 tahun, meliputi kedua *gender*, semua umur, warga negara Indonesia, semua etnis.
 - c. Psikografis

Memiliki ketertarikan terhadap kegiatan sosial, berjiwa sosial, mau berkontribusi dalam memberikan bantuan kepada masyarakat kecil.
 - d. Media
 - Primer : logo beserta dengan elemen visual lengkap sebagai identitas (penerapan aplikasi visual pada *stationery*, identitas untuk website), pembuatan *graphic standard manual*.

- Sekunder : penerapan aplikasi visual dalam media promosi/sosialisasi program atau acara IHF seperti publikasi media sosial, brosur, poster, dan media promosi/sosialisasi lainnya.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah merancang identitas visual bagi *Indonesian Humanity Foundation* berupa logo dan elemen visual, dan penerapannya pada aplikasi media, berguna sebagai tanda pengenal (untuk meningkatkan *recognition* masyarakat) dan pembeda dengan organisasi lain.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat bagi IHF:

- memiliki identitas visual yang mencerminkan karakteristik IHF.
- bisa menjangkau anak-anak muda (secara khusus) untuk boleh berkontribusi sebagai *volunteer*.
- bisa memperluas eksistensinya sehingga dapat memiliki donatur tetap atau mudah melakukan *fundraising*.

Manfaat bagi Penulis:

- mendalami proses perancangan identitas visual bagi sebuah yayasan/organisasi sosial dan cara mengkomunikasikan karakteristik dan misi yayasan lewat identitasnya.

Manfaat bagi Universitas:

- dapat menjalin kerjasama sosial untuk pengabdian masyarakat dengan IHF.