

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan atau disebut juga Komnas Perempuan merupakan badan independen negara yang menegakkan dan melindungi hak – hak asasi perempuan di Indonesia. Komnas Perempuan lahir setelah peristiwa kerusuhan Mei 1998 dimana terjadi banyaknya kekerasan seksual pada wanita Tionghoa yang tidak mendapatkan keadilan. Masyarakat menuntut adanya tanggung jawab negara untuk melindungi dan mempertanggungjawabkan penegakan HAM Perempuan di Indonesia dengan agenda utama untuk menghapus kekerasan pada perempuan di Indonesia. Komnas Perempuan berdiri pada tanggal 9 Oktober 1998 dengan tujuan utama yaitu menegakkan HAM Perempuan, pengusahaan lingkungan bebas kekerasan terhadap perempuan dan upaya mencegah kekerasan pada perempuan.

Pada tahun 2020, Komnas Perempuan mengalami perubahan visi misi yang mengacu pada penyesuaian strategis yang menjadi arah untuk mewujudkan capaian yang ingin diraih dari tahun 2020 – 2024. Tujuan strategis 5 tahun ini ingin memberikan peluang kehidupan yang layak untuk korban kekerasan, didukung dengan menegakkan HAM Perempuan termasuk didalamnya menghapus segala bentuk kekerasan pada perempuan.

Namun meski dengan adanya perubahan visi, misi, serta tujuan Komnas Perempuan, perubahan ini tidak didukung dengan perubahan identitas *brand*. Identitas *brand* yang digunakan oleh Komnas Perempuan saat ini masih mencerminkan visi, misi dan tujuan yang lama yaitu dengan tujuan melakukan pencegahan dan mengurangi angka kekerasan pada perempuan dan visi peningkatan lingkungan kondusif untuk perempuan mendapatkan hak – haknya. Masalah lainnya adalah logo yang saat ini masih digunakan sudah digunakan lebih dari 20 tahun oleh Komnas Perempuan, sehingga logo juga sudah tidak dapat mengikuti perkembangan zaman. Hal ini telah dibuktikan berdasarkan kuesioner yang telah disebarluaskan dimana responden melihat identitas *brand* ini sebagai “kuno”/”*old style*”. Hal yang ingin diwujudkan oleh Komnas sudah mengalami perubahan semenjak tahun 1998 dimana tuntutan utama saat itu hanyalah tentang kekerasan pada wanita Tiongkok yang tidak mendapat keadilan.

Jika tidak memiliki identitas *brand* yang dapat mencerminkan visi dan misi baru dari Komnas Perempuan, maka persepsi masyarakat akan badan yang bertugas untuk melindungi hak asasi manusia wanita ini akan berbeda dari yang ingin disampaikan dan akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat akan badan ini. Hal ini telah dibuktikan dari kuesioner dimana sebagian besar responden merasa dengan *brand* yang sekarang digunakan, tidak memberikan rasa percaya dan keamanan. Maka, dibutuhkannya perancangan identitas *brand* yang dapat mencerminkan visi dan misi Komnas Perempuan sehingga identitas *brand* Komnas Perempuan sesuai dengan visi misi baru dan dapat mengikuti perkembangan zaman.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini berdasarkan latar belakang tersebut adalah bagaimana merancang ulang identitas *brand* Komnas Perempuan.

1.3. Batasan Masalah

Penulis telah membatasi beberapa hal dalam topik perancangan ulang identitas *brand* Komnas Perempuan, yakni seluruh rakyat Indonesia terutama wanita di Indonesia, dengan semua rentan umur dan semua kelas sosial.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang ulang identitas *brand* untuk Komnas Perempuan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

- a. Bagi penulis: manfaat Tugas Akhir ini bagi penulis adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai lembaga negara independen perlindungan hak asasi perempuan di Indonesia serta agar penulis mampu merancang identitas *brand* yang sesuai dengan lembaga ini. Manfaat lainnya adalah sebagai pemenuhan syarat kelulusan gelar S1 Desain Komunikasi Visual.
- b. Bagi Universitas: perancangan Tugas Akhir ini memiliki manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara sebagai referensi pembuatan identitas lembaga independen negara untuk generasi yang akan datang dan sebagai sarana pengembangan riset oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

- c. Bagi Komnas Perempuan: manfaat untuk Komnas Perempuan adalah dibuatnya identitas *brand* baru yang sesuai dengan visi misi baru agar citra baru tersebut dapat diterima oleh masyarakat.
- d. Bagi masyarakat: terciptanya identitas *brand* baru yang dapat dipahami dan diterima dari lembaga ini oleh rakyat Indonesia.