

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Musang merupakan salah satu satwa mamalia kecil yang mulai terancam punah di Indonesia. Berdasarkan artikel dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Grobogan (2021), habitat alami musang yang mulai rusak saat ini oleh manusia menyebabkan populasi musang yang menurun drastis. Alhasil, musang juga banyak dikenal sebagai hama atau pencuri karena sering ditemukan dalam perkebunan atau pemukiman penduduk untuk mencari makanan. Padahal musang memiliki banyak kelebihannya mulai dari hasil kopi luwak unik mereka, penyebaran biji pohon aren secara alami, dan beberapa jenis dapat dijadikan peliharaan juga.

PEPMI adalah singkatan dari Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia yang bergerak dalam edukasi dan pelestarian musang dan alamnya di Indonesia kepada dunia nasional dan internasional. Bisa dilihat dari *website* PEPMI, organisasi ini sudah terdaftar secara legal sejak 6 Januari 2016. Berawal dari hobi sesama pemelihara musang, PEPMI kemudian berhasil diterima proposalnya pada kongres konservasi IUCN(International Union for Conservation of Nature and Natural Resources) yang diadakan di Hawaii. PEPMI memiliki visi untuk melakukan konservasi musang yang bertujuan menciptakan keseimbangan antara manusia dan lingkungannya. Misi-misi yang dimiliki meliputi untuk mencegah kepunahan musang, menjaga agar musang tidak diperlakukan secara tidak baik, mencari alternatif untuk memperjuangkan kesejahteraan musang, memberikan edukasi, dan memperkenalkan musang Indonesia ke dunia internasional. Dari Facebook PEPMI, terlihat bahwa dalam 7 tahun berdirinya, PEPMI juga rutin menjalani kegiatan sosialisasi dan edukasi melalui acara pameran hewan tahunan, sekolah/kampus, *podcast*, hingga pada stasiun televisi. Pada acara pameran hewan tahunan ini, PEPMI selalu melakukan edukasi melalui sosialisasi, penjualan *merchandise* dan sesi interaksi langsung dengan musang untuk masyarakat yang

disebut sebagai program Zona Musang. Dalam pameran hewan tahun 2023 ini, PEPMI juga sempat merilis buku novel fiksi pertama mereka yang berjudul “Cerita Osh Osh dan Kopi Luwak”.

Meskipun PEPMI sudah memiliki legalitas dan program-program dengan *value* yang tinggi. Namun, itu semua masih belum tercerminkan pada identitas visual yang dimiliki PEPMI saat ini. Dalam wawancara yang dilakukan dengan salah satu pendiri dan desainer grafis PEPMI, ditemukan bahwa adanya inkonsistensi pada konten-konten yang dimiliki oleh PEPMI ini disebabkan karena belum adanya sistem identitas yang tersusun dengan baik. Adanya inkonsistensi ini bisa dilihat juga dari perbedaan visual yang ada pada konten sosial media, *website*, dan merchandise mulai dari warna, gaya visual, dan font yang digunakan sehingga memunculkan kesan yang kurang profesional dan kurang terpercaya.

Menurut Wheeler(2017) pada bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity*, terdapat 6 kondisi dimana *brand* membutuhkan untuk melakukan proses perancangan ulang identitas. Salah-satunya adalah revitalisasi *brand* dan pembentukan sistem yang terintegrasi. Revitalisasi *brand* ini disebabkan dibutuhkannya komunikasi akan posisi dan citra *brand* yang lebih jelas dan kuat pada audiens. Sistem yang terintegrasi dibutuhkan karena adanya inkonsistensi citra yang ditunjukkan pada audiens. Dari hasil kuesioner yang telah dilakukan pada kalangan target audiens PEPMI, sebesar 42,9% responden merasa bahwa konten yang ditampilkan oleh PEPMI masih kurang konsisten dan akhirnya tingkat kepercayaan mereka terhadap *brand* juga berhasil rendah.

Alina Wheeler(2017) mengatakan bahwa, penting untuk berinvestasi pada *branding* untuk membangun ekuitas *brand* bahkan untuk organisasi yang *nonprofit* juga. Ini dikarenakan kesuksesan mereka dalam mencapai tujuan mereka di masa depan akan sangat bergantung pada kesadaran publik, reputasi yang bagus, dan merepresentasikan nilai yang mereka tawarkan dengan baik. Oleh karena itu, dari penulis memutuskan untuk melakukan perancangan ulang identitas visual PEPMI (Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis telah merumuskan masalah berikut: “Bagaimana proses perancangan ulang identitas visual PEPMI (Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia)?”

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas untuk perancangan ulang identitas visual PEPMI (Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia) ini, penulis membatasi masalah dengan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Demografis:
  - a. Usia: 25-30 tahun .

Usia primer yang dipilih penulis adalah usia dewasa dari survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merupakan usia produktif tertinggi yang menggunakan internet dan yang menjadi anggota dari PEPMI tersebut.
  - b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
  - c. Pekerjaan: pekerja swasta atau karyawan
  - d. Status Ekonomi: A

Berdasarkan riset *Status Literasi Digital di Indonesia 2021* yang dirilis Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama Katadata Insight Center(KIC) SES A pengeluaran perbulan > Rp 6.000.000 ini memiliki indeks literasi digital yang lebih tinggi. Geografis: Jabodetabek

Pemilihan wilayah Jabodetabek dikarenakan kantor pusat PEPMI yang berada di Jakarta dan kegiatan yang dilakukan juga sering disekitar Jabodetabek.

2. Psikografis:
  - a. Kepribadian dan Sikap: Sosial dan empatitif.

- b. Minat: Tertarik dengan musang maupun hewan lainnya secara umum, kegiatan sosial dan lingkungan.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari pengerjaan tugas akhir ini adalah untuk melakukan perancangan ulang identitas visual PEPMI (Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia).

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Hasil perancangan tugas akhir ini dapat menghasilkan banyak manfaat yang dapat dibagi menjadi tiga pihak yaitu bagi penulis, masyarakat dan Universitas.

##### **1.5.1. Bagi Penulis**

Melalui tugas akhir perancangan ulang identitas visual PEPMI (Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia) ini, penulis dapat mempelajari berbagai hal dalam sisi desain, *branding*, identitas visual, komunikasi, hingga tentang musang itu sendiri. Penulis dapat melatih lagi kemampuan dalam menganalisis *brand* dan berusaha berpikir kreatif untuk mendapatkan solusi dari masalah yang ada. Selain itu, penulis juga melatih kemampuan berkomunikasi dengan mengenal dan berbicara lebih banyak dengan pihak-pihak yang lebih berpengalaman pada bidangnya.

##### **1.5.2. Bagi Masyarakat**

Dengan adanya hasil perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat membantu dalam organisasi PEPMI dalam menjalankan visi misi mereka sehingga memiliki identitas visual yang lebih konsisten dan menampilkan *value* citra *brand* yang lebih baik dan kuat kepada audiens PEPMI. Hasil tugas akhir ini juga dapat menjadi salah satu media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan adanya musang dan kelebihanannya beserta adanya organisasi PEPMI ini yang dapat mereka ikuti lebih dalam bila tertarik.

### 1.5.3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Melalui tugas akhir perancangan identitas visual ini diharapkan dapat dijadikan tambahan jumlah karya dalam repositori universitas. Repositori ini juga yang diharapkan nantinya dapat menjadi salah satu referensi yang membantu bagi mahasiswa kedepannya yang ingin mengambil topik maupun judul yang mirip baik dalam sisi desain, identitas visual, *brand*, maupun musang.

