

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu lingkungan hidup menjadi isu prioritas dalam Kabupaten Tangerang yang menyebabkan kerusakan parah pada keanekaragaman hayati. Terdapat kemungkinan besar bahwa keanekaragaman hayati yang terus-menerus mengalami kerusakan akan menunjukkan adanya spesies tertentu mulai punah dengan cepat sehingga keanekaragaman hayati memiliki kerugian yang besar (Abidin et al, 2020; Simarmata et al, 2021). Selain itu, masyarakat Kabupaten Tangerang memiliki ketertarikan dan perhatian yang kecil terhadap keanekaragaman hayati sehingga masyarakat tidak menyadari adanya isu kerusakan lingkungan. Adanya ketidaktahuan masyarakat tentang arti penting keanekaragaman hayati untuk kehidupan manusia juga menjadi faktor tingginya ancaman terhadap keanekaragaman hayati (Siahaan et al, 2019). Oleh karena itu, Pemerintahan Kabupaten Tangerang menggagaskan Program SEHATI (Sekolah Ke Hati atau Sekolah Keanekaragaman Hayati). Dari gagasan tersebut, BAPPEDA membuat Pedoman Teknis Program SEHATI 2021 agar sekolah-sekolah dapat melaksanakan program SEHATI.

Program SEHATI adalah program yang digagaskan oleh pemerintahan Kabupaten Tangerang BAPPEDA dan dilaksanakan oleh Kabupaten Tangerang pada tahun 2020 dengan tujuan untuk mengedukasi peserta didik untuk memanfaatkan lingkungan sekolah sebagai sarana edukasi mengenai pengembangan keanekaragaman hayati dengan tujuan untuk menciptakan sekolah yang hijau dan asri, menjadikan sekolah sebagai indikasi baik dan buruk lingkungan sekolah, dan menjadikan sekolah sebagai laboratorium keanekaragaman hayati serta membentuk karakter anak menjadi pribadi yang mencintai lingkungan sesuai dengan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).

Program SEHATI telah berjalan lancar pada beberapa sekolah yang terpilih selama empat tahun karena Program SEHATI merupakan pilot proyek dari dua program BAPPEDA Kabupaten Tangerang, yaitu Program SANISEK dan Program KURASSAKI yang merupakan program PHBS yang juga digagas oleh pemerintah Kabupaten Tangerang dan dilaksanakan oleh BAPPEDA Kabupaten Tangerang sehingga sekolah yang dipilih sebagai sekolah yang aktif saat menjalankan Program SEHATI merupakan sekolah yang sudah menjalankan kedua program tersebut dan dapat bertanggung jawab dalam permasalahan lingkungan karena telah membentuk komunikasi yang mudah melalui sistem sosialisasi program. Akan tetapi, hal tersebut berbeda dengan sekolah-sekolah yang belum melakukan kedua program tersebut karena pertama kali mendengar tentang Program SEHATI. Hal itu tidak cukup bagi mereka untuk mengingat Program SEHATI secara langsung karena Program SEHATI tidak memiliki gambaran karakteristik yang jelas secara visual untuk diingat. Sebuah identitas dalam *Branding* wajib diperlukan agar nilai dan keunikan dari sebuah merek dapat dikenal dengan mudah dan dipahami dengan jelas oleh target perancangan serta menjadi pembeda antar kompetitor dengan memberi komunikasi tentang visi misi, keunikan, dan kualitas dari merek (Wheeler, 2018).

Selain itu, sekolah-sekolah yang telah melaksanakan program tersebut seakan tidak memiliki pengakuan dalam Program SEHATI karena tidak dapat menyertai bukti-bukti berupa sertifikat, plakat, lencana, dan bukti-bukti resmi lainnya sebagai petunjuk bahwa sekolah tersebut telah mengikuti Program SEHATI. Bagi mereka, media tersebut merupakan bentuk bukti dan kebanggaan sekolah sebagai perwujudan bahwa sekolah telah turut ikut serta dalam upaya pelestarian lingkungan sehingga tanpa adanya *Branding*, sekolah tidak memiliki ikatan kuat antar sekolah dalam Program SEHATI. Dalam hal tersebut, *Branding* diperlukan agar mampu menciptakan sebuah kesadaran, pengakuan, menyampaikan karakteristik dan keunikan, dan memberikan komunikasi yang efektif dalam membedakan kompetitor (Wheeler, 2018).

Oleh karena itu, penulis merancang *Branding* Program SEHATI untuk BAPPEDA Kabupaten Tangerang dan sekolah di Kabupaten Tangerang dengan merancang GSM (*Graphic Standard Manual*) yang terdiri atas perancangan logo, *Brand Story*, *Typography*, *Supergraphics*, *Mascot*, dan berbagai media sekunder Program SEHATI agar sekolah yang telah mendengar tentang Program SEHATI dapat mengaplikasikan dengan mudah karena sudah memiliki gambaran tentang karakteristik dari program tersebut dalam satu logo. Juga sekolah-sekolah yang belum mengetahui tentang Program SEHATI dapat mengenal dan mengingatnya dengan mudah berkat gambaran logo Program SEHATI yang mampu menempel dalam benak mereka serta menjadikannya sebagai bentuk penghargaan, kebanggaan, dan apresiasi yang dapat mempersatukan antar sekolah-sekolah yang bergabung dalam program tersebut dalam upaya pelestarian lingkungan melalui media sekunder yang ada dalam Program SEHATI.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Program SEHATI belum memiliki logo sebagai identitas dalam *Branding* karena tidak memiliki gambaran karakteristik program tersebut secara visual.
2. Tanpa identitas dalam *Branding*, Sekolah-sekolah yang belum mengetahui Program SEHATI mengalami kesulitan untuk mengingat dan memahami program tersebut dengan mudah. Sedangkan yang telah mengikuti Program SEHATI tidak memiliki pengakuan dan ikatan persatuan yang kuat antar sekolah dalam Program SEHATI.

Merujuk pada rumusan masalah tersebut, maka penulis mengajukan penelitian desain dengan pertanyaan penelitian:

Bagaimana perancangan *Branding* pada Program SEHATI BAPPEDA Kabupaten Tangerang?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang didapat dalam penelitian sebagai berikut:

1) Demografis

- a. Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- b. Khusus: BAPPEDA Kabupaten Tangerang, Tim SEHATI, dan sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten Tangerang baik yang mengenal dan belum mengenal Program SEHATI. Pada sekolah yang akan mengikuti Program SEHATI bersama BAPPEDA akan diberi *Briefing* melalui sesi sosialisasi antar guru mentor dan akan ditunjukkan pedoman teknis pelaksanaan Program SEHATI.

2) Geografis

Daerah Kabupaten Tangerang dengan target geografis secara sekunder adalah BAPPEDA Kabupaten Tangerang. Area kegiatan yang dilakukan adalah sekolah-sekolah Kabupaten Tangerang.

3) Psikografis

Pribadi yang antusias mengenai keanekaragaman hayati dan memiliki rasa peduli dalam aksi pelestarian alam. Aktif, memiliki rasa tanggung jawab yang besar dan memiliki rasa saling membantu dalam melaksanakan Program SEHATI. Menyukai alam dan memiliki kreativitas yang tinggi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Untuk merancang *Branding* Program SEHATI dari BAPPEDA Kabupaten Tangerang.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam tugas akhir ini, terdapat manfaat yang baik bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1) Bagi penulis

Untuk mengembangkan ilmu dan pengalaman dalam melakukan perancangan *Branding* dengan konsep tertentu sesuai dengan ilmu yang didapat selama perkuliahan. Selain itu, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana desain (S.Ds.) dalam Universitas Multimedia Nusantara.

2) Bagi orang lain

Sebagai referensi penelitian dalam mempelajari suatu perancangan terutama perancangan *Branding*. Selain itu, menjadi referensi pada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan menjalani Tugas Akhir di semester depan.

3) Bagi BAPPEDA Kabupaten Tangerang

Sebagai bentuk bantuan besar dari penulis melalui laporan Tugas Akhir untuk menciptakan *Branding* pada Program SEHATI agar informasi mengenai karakteristik dari program tersebut dapat diketahui dengan jelas dan tepercaya sehingga sekolah yang belum mengetahui Program SEHATI dan memercayai Program SEHATI sebagai program yang edukatif dan efektif yang mampu menciptakan lingkungan sekolah menjadi asri dan hijau.dalam Universitas Multimedia Nusantara.

4) Bagi SMP Negeri 1 Pasar Kemis

Sebagai bantuan mewujudkan pelaksanaan Program SEHATI di sekolah menjadi lancar melalui perancangan *Branding* sehingga dapat diterapkan kembali pada beberapa sekolah Kabupaten Tangerang sebagai program yang bermanfaat dan menunjukkan bahwa identitas program tersebut terbukti baik dan mampu membentuk ikatan erat antar sistem edukasi.

5) Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Sebagai sebuah sumber data, referensi, dan tolak ukur dalam penelitian baru pada bidang desain grafis serta menjadi salah satu wawasan dalam ilmu seni dan desain dalam membentuk struktur perancangan *Branding* atau konsep tertentu.