

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemiskinan di Indonesia saat ini masih menjadi permasalahan yang tak kunjung selesai. Tercatat di Badan Pusat Statistik jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 26,50 juta jiwa. Kemiskinan masih tercatat cukup tinggi di negara Indonesia. Begitu pula dengan jumlah anak yatim piatu di Indonesia saat ini sebanyak 4.023.622 anak. Jumlah tersebut terdiri dari 45.000 anak berada di bawah asuhan lembaga kesejahteraan sosial dan 3.978.622 anak berada dalam asuhan keluarga tidak mampu. Anak yatim piatu yang berada di bawah asuhan lembaga kesejahteraan sosial terdiri dari 41.000 anak yang sudah sekolah dan 4.000 anak yang belum sekolah. Sementara anak yatim piatu yang berada di bawah asuhan keluarga tidak mampu terdiri dari 2.665.676 anak yang sudah sekolah dan 1.312.946 anak yang belum sekolah.

Oleh karena itu untuk membantu mengatasi kemiskinan dan membantu anak yatim terlantar di Indonesia berbagai upaya telah dilakukan baik pemerintah maupun non pemerintah. Salah satunya dengan dibentuknya program-program untuk mengatasi kemiskinan seperti Program BLT (Bantuan Langsung Tunai), Program KIP (Kartu Indonesia Pintar), Program BOS (Bantuan Operasional Sekolah), Program BSM (Bantuan Siswa Miskin), Program JAMKESMAS. Dan untuk sektor non pemerintah beberapa diantaranya mendirikan sebuah Lembaga Sosial atau Yayasan untuk menaungi anak yatim dan masyarakat terdampak kemiskinan.

Menurut Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Lembaga Sosial atau Lembaga Kemasyarakatan adalah lembaga yang mengatur tata cara dalam hubungan antar manusia saat kehidupan bermasyarakat agar kehidupan menjadi teratur. Lembaga Sosial atau Yayasan mempunyai peran penting dalam membantu mengatasi kemiskinan dan anak yatim terlantar di Indonesia. Salah satu Lembaga Sosial yang membantu mengatasi kemiskinan dan membantu anak yatim di kecamatan Krian, Sidoarjo adalah Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. PPAY Baiturrohman adalah singkatan dari Pembina Penyantun Anak Yatim. Nama Lembaga ini diambil dari nama salah satu Musholla di desa Kraton yang dimana musholla tersebut digunakan sebagai tempat untuk melakukan pertemuan atau santunan, sekaligus sebagai kesekretariatan PPAY Biturrohman.

Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman berada di di desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Lembaga ini diketuai oleh H. Sareh Aly, yang merupakan pencetus Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Alasan dari didirikannya lembaga sosial ini dikarenakan banyak anak-anak yatim piatu di desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo yang mengalami masalah perekonomian karena sudah ditinggalkan oleh orang tua atau wali yang bertanggung jawab. Atas masalah yang memprihatinkan ini H. Sareh Aly mempunyai itikad baik untuk mendirikan Lembaga Sosial sebagai wadah dari anak-anak yatim di desa Kraton dan sekitarnya. Kemudian Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman resmi didirikan pada April 2012. Pada awal berdiri, anak yatim yang terdaftar di Lembaga sosial PPAY Biturrohman berjumlah 19 anak dan donatur infaq masih berasal dari warga desa Kraton Sendiri. Kemudian selang beberapa tahun donatur mulai berasal dari luar warga dan kini jumlah anak yatim meningkat menjadi 70 anak. Dan program-program yang dimiliki Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah program santunan yang dilakukan setiap 3 bulan sekali, khitan massal setiap 3 tahun sekali, Maulid Nabi Muhammad dan Idul Yatama setiap 1 tahun sekali, serta buka bersama, pembagian bingkisan, dan THR yang dilakukan setiap bulan ramadhan dan lain lain.



Gambar 1. 1 Logo PPAY Baiturrohman saat ini
(Sumber : Dokumen PPAY Baiturrohman)

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 September 2022 di Kraton Sidoarjo dengan ketua Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yaitu Bapak H. Sareh Aly, branding dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman kurang maksimal. Salah satunya ialah logo, logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dibuat dengan tergesa-gesa dan dilakukan oleh orang yang kurang ahli dalam bidangnya. Dan pembuatan logo tidak didasari oleh riset penyesuaian visual dengan visi misi Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman serta tidak mempertimbangkan pemaknaan visual logo. Logo dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman merupakan gabungan dari *logogram* dan *logotype*.

Logo dari PPAY Baiturrohman memiliki filosofi yaitu gambar objek berwarna hijau tua yang berada di tengah-tengah logo merupakan gambar objek anak yatim laki-laki dan

perempuan. Kemudian bentuk sisi luar dari logo yaitu segi lima melambangkan rukun islam. Warna hijau merepresentasikan warna kesukaan nabi Muhammad SAW. Warna kuning melambangkan optimisme. Namun Bapak H. Sareh Aly merasa logo dari Lembaga Sosial PPAY Biturrohman masih kurang dari kata sempurna dan menginginkan logonya didesain ulang agar sesuai dengan visi misi dan citra dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan ulang logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang sesuai kaidah pembuatan logo yang baik dan benar, agar logo Lembaga Sosial PPAY lebih mudah diingat masyarakat dan sesuai dengan karakteristik serta citra perusahaan yang ingin disampaikan.

Menurut Sutojo (dalam Nabila, 2018) Identitas (termasuk Logo) merupakan salah satu aspek penting yang mempengaruhi kesuksesan pembentukan citra merek. Karena logo merupakan kesan pertama yang diberikan oleh suatu perusahaan. Selain membangun citra perusahaan logo juga dipergunakan untuk membangun spirit diantara unsur yang ada dalam perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil mampu membuat sugesti yang kuat, menunjukkan keorisinilan, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image perusahaan yang memiliki logo tersebut (Masnuna & Romadhona, 2020).

Lalu permasalahan lain yang dihadapi Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman ialah kegiatan promosi yang dilakukan PPAY Baiturrohman masih dilakukan secara tradisional dari mulut ke mulut dan pemasangan poster di beberapa titik di Sidoarjo. Lembaga Sosial PPAY Biturrohman belum melakukan promosi melalui media sosial, sehingga Lembaga Sosial PPAY Biturrohman kurang dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuisisioner yang diisi oleh 100 responden dari kota Sidoarjo dan sekitarnya (Surabaya) didapatkan bahwa 68% responden tidak mengetahui Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman karena pengenalan brand kurang luas. Hal ini menjadi permasalahan dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman.

Selain itu permasalahan lain yang didapati dari hasil kuisisioner ialah 73% responden tidak mengenali bahwa Lembaga Sosial PPAY Biturrohman adalah Lembaga Sosial yang berfokus membantu anak yatim dan fakir miskin. Kurang dikenalnya Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman sebagai lembaga yang berfokus membantu anak yatim dan fakir miskin karena belum maksimalnya branding dan identitas visul Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman saat ini. Branding dan Identitas visual belum menggambarkan karakteristik dan citra lembaga Sosial PPAY Baiturrohman sebagai lembaga sosial yang berfokus

membantu anak yatim dan fakir miskin sehingga citra yang ingin disampaikan tidak tersampaikan dengan baik.

Menurut Wiryawan (dalam Nugroho, 2019) identitas *brand* sebuah perusahaan, terdiri dari identitas visual yaitu nama, logo, merk dagang, ilustrasi, supergrafis, tipografi, warna dan identitas verbal (slogan, *tagline* dan sebagainya). Identitas visual tidak hanya sekedar gambar ataupun simbol, akan tetapi sudah memiliki karakter yang mewakili pemahaman tentang kualitas, pelayanan, dan kepercayaan. identitas visual dibangun untuk menimbulkan brand image dalam benak masyarakat.

Media sosial merupakan *platform* yang bagus dan cepat untuk digunakan sebagai salah satu media promosi. Lembaga sosial PPAY Baiturrohman belum mempunyai media promosi melalui media sosial dikarenakan kurang memahami fungsi media sosial bagi lembaga sosial. Dan pihak lembaga sosial masih bingung dalam memulai branding melalui sosial media yaitu konten seperti apa yang harus disajikan. Oleh karena itu perlu adanya media promosi melalui media sosial karena media sosial akan sangat membantu dalam promosi Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Selain itu dengan adanya sosial media masyarakat dapat lebih mudah mengakses informasi dan memantau program-program yang dilaksanakan oleh lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Berdasarkan hasil riset We are Social dalam (Puspitarini & Nuraeni, 2019) Youtube, Instagram, Twitter, dan Facebook ialah media sosial yang banyak diminati oleh orang Indonesia saat ini. Menurut informasi yang dimuat di Wartakota, di Asia Pasifik, Indonesia merupakan komunitas dengan pengguna Instagram terbesar dengan jumlah pengguna aktif mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Menurut Mulawarman (dalam Fauzi et al., 2020) media sosial menjadi platform memperoleh informasi karena memiliki jangkauan yang luas dan bersifat nasional maupun internasional. Dan Menurut Franzia (dalam Fauzi et al., 2020) media sosial juga digunakan perusahaan-perusahaan untuk menjalin komunikasi dan promosi dengan masyarakat.

Media Branding ialah media-media yang digunakan untuk mendukung branding yang telah diciptakan dalam bentuk fisik. Media branding yang beragam membuat suatu organisasi terlihat profesional dan lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Terdapat banyak jenis media branding seperti brosur, poster, banner, media sosial, merchandise dan banyak media lainnya.



Gambar 1. 2 Banner PPAY Baiturrohman
(Sumber : Dokumen PPAY Baiturrohman)



Gambar 1. 3 Poster PPAY Baiturrohman
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Media Branding Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman masih sangat kurang beragam karena mereka hanya memiliki beberapa media branding saja yaitu poster dan banner. Hal ini membuat Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman kurang dikenal oleh masyarakat karena masyarakat kesulitan dalam menjangkau informasi. Selain itu, media-media ini kurang maksimal karena dibuat oleh orang yang berbeda-beda tanpa memperhatikan bidang dan keahliannya. Proses pembuatan media pun dibuat mendadak melalui aplikasi yang ada di *handphone*. Berdasarkan hasil observasi, media-media branding yang digunakan tidak memiliki kesamaan desain satu sama lain. Dari desain poster dan banner tidak menggunakan supergrafis, ilustrasi, tipografi dan warna yang sama.

Desain yang dibuat tidak konsisten sehingga mengakibatkan media-media Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman tidak memiliki ciri khas dan sulit untuk dikenali.

Identitas visual adalah bentuk komunikasi verbal melalui visual dari suatu merek termasuk desain yang terkait seperti logo, kop surat, kartu nama, *packaging* dan sebagainya (Masnuna & Romadhona, 2020). Identitas visual juga dapat berupa ilustrasi, supergrafis, tipografi, warna, dan sebagainya. identitas visual penting untuk dimiliki sebuah perusahaan untuk mempermudah masyarakat dalam mengenal perusahaan. Visual yang telah terpilih menjadi identitas perusahaan hendaknya digunakan secara konsisten dan tidak berubah-ubah agar masyarakat mudah dan cepat dalam mengenali perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil observasi media administrasi seperti kwitansi, kop surat, dan amplop milik Lembaga Sosial PPAY, desain yang dibuat tidak konsisten sehingga mengakibatkan media-media Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman tidak memiliki ciri khas dan sulit dikenali.

Menurut Simon Bell dalam buku (Masnuna & Romadhona, 2020) supergrafis adalah suatu bentuk visual yang dapat mendukung citra perusahaan dan biasanya bersumber dari logo. Supergrafis sangat penting digunakan untuk menjaga keseragaman suatu identitas visual. Lembaga sosial PPAY tidak memiliki supergrafis pada desain media promosi dan media administrasinya sehingga media media tersebut tidak memiliki keseragaman desain.

Permasalahan lainnya ialah didapati dari hasil kuesioner yang telah disebar, responden berasal dari daerah Sidoarjo dan Surabaya belum mengenal Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman. Jika berbicara tentang Lembaga Sosial maka kecenderungan masyarakat lebih mengarah ke Lembaga Sosial lainnya yang sudah terkenal dalam benak masyarakat. Beberapa dari mereka tersebut sudah membranding organisasi dengan baik, aktif dalam berpromosi di media sosial, dan sudah memiliki identitas visual serta beragam media branding, sehingga lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman masih kalah dalam segi branding dan promosi, Hanya 20% responden yang memilih Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman, responden lain lebih banyak memilih lembaga lain dibanding Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut ialah dengan melakukan perancangan rebranding lembaga sosial PPAY Baiturrohman, agar PPAY Baiturrohman bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pada suatu organisasi atau lembaga branding merupakan sebuah aspek penting, karena melalui branding dapat

memberikan kesan yang baik atau buruk tentang sebuah organisasi. Rebranding adalah proses memperbaharui atau memodifikasi sebagian atau seluruhnya dari identitas suatu organisasi dengan tujuan menjadikan organisasi tersebut mempunyai citra yang lebih baik sesuai dengan visi misi organisasi tersebut. (Medi Trilaksono, 2021:85). Dengan adanya rebranding diharapkan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman memiliki branding yang tepat dan sesuai dengan citra yang ingin disampaikan sehingga mudah dikenal di benak masyarakat.

1.1 Identifikasi Masalah

1. Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 68% dari 100 responden masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya, tidak mengetahui Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman terhadap identitas visualnya seperti logo yang digunakan dikarenakan identitas visual yang lemah.
2. Berdasarkan hasil kuesioner sebanyak 73% responden tidak mengenali bahwa Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman adalah Lembaga Sosial yang berfokus untuk membantu anak yatim dan fakir miskin. Dalam menyampaikan citra sebagai lembaga anak yatim tidak tersampaikan dengan baik
3. Berdasarkan hasil wawancara, Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman kesulitan menggunakan media sosial untuk memperkenalkan PPAY ke masyarakat luas.
4. Berdasarkan observasi Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman belum mempunyai supergrafis untuk diterapkan pada media branding Lembaga, sehingga membuat Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman sulit untuk dikenali.
5. Berdasarkan hasil observasi, media branding Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman kurang beragam sehingga masyarakat kesulitan dalam menjangkau informasi karena minimnya media branding yang ada. Media branding saat ini adalah Banner dan *identity sign*.
6. Berdasarkan kuesioner lembaga sosial PPAY kalah dengan kompetitor hal ini dibuktikan dengan, hanya 20% responden yang memilih lembaga sosial PPAY Baiturrohman untuk berdonasi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *rebranding* Lembaga Sosial PPAY Baiturrahman yang efektif dan efisien sebagai upaya untuk memperkenalkan Lembaga kepada masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya ?

1.3 Batasan Masalah

1. Dalam perancangan ini berfokus dalam perancangan ulang identitas visual dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman berupa logo, supergrafis, media promosi, *coorporate color*.
2. Dalam perancangan ini konsentrasi perancangan terdapat pada logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman, *Graphic Standart Manual (GSM)* sebagai media utama dari visual branding logo Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman
3. Dalam perancangan ini, salah satu media branding yang digunakan adalah sosial media seperti instagram
4. Dalam perancangan ini, penulis akan mendesain beberapa media branding pendukung yang dibutuhkan seperti stationary dan merchandise.
5. Dalam perancangan ini tidak membahas mengenai *integrated Marketing Communication (IMC)*

1.4 Tujuan

1. Perancangan ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman agar lebih dikenal masyarakat Sidoarjo.
2. Melakukan perancangan rebranding untuk membangun citra Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman agar lebih dikenal masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya sebagai Lembaga Sosial yang berfokus membantu anak yatim dan fakir miskin.
3. Perancangan ini bertujuan memperkenalkan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman kepada masyarakat melalui media sosial seperti Instagram sehingga Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dapat lebih mudah dikenal dan mendapat dukungan dari masyarakat.
4. Perancangan ini bertujuan untuk membuat supergrafis untuk di terapkan pada media branding agar media-media lembaga sosial terkonsep, konsisten, serta memiliki ciri khas.
5. Merancang media branding yang lebih beragam sehingga masyarakat lebih mudah dalam menjangkau informasi mengenai Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman.
6. Memperkuat branding Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman agar mampu bersaing dengan kompetitor serupa.

1.5 Manfaat

Dalam perancangan *rebranding* Yayasan PPAY Baiturrohman memiliki berbagai manfaat yaitu :

1.5.1 Bagi Penulis

- Menambah kemampuan penulis dalam membuat desain sebagai solusi permasalahan yang telah ditemukan sehingga penulis dapat mengetahui strategi untuk menunjang brand awareness suatu lembaga melalui media pendukung yang akan dirancang.
- Mengasah kepekaan desain yang nantinya akan berguna dalam dunia kerja.
- Mengetahui bagaimana merancang identitas visual bagi suatu lembaga.

1.5.2 Bagi Masyarakat

- Masyarakat umum baik dari daerah Kecamatan Krian Sidoarjo hingga di luar daerah dapat mengenal Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman.
- Masyarakat dapat mengetahui lebih lanjut mengenai kegiatan yang ada di Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman melalui report kegiatan yang nantinya akan dipublikasikan pada media promosi berupa media sosial yang dikemas dengan desain yang telah dirancang oleh penulis untuk meningkatkan daya tarik masyarakat.
- Masyarakat dapat lebih tertarik untuk ikut serta dalam mendukung program baik yang dijalankan oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman setelah mengenal lebih dekat terhadap lembaga ini.

1.5.3 Manfaat Bagi Yayasan PPAY Baiturrohman

- Memberikan kebaruan dari Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang lebih tepat melalui *rebranding* identitas visual.
- Memiliki karakter yang kuat dan baru yang hanya dimiliki oleh Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman melalui desain yang telah dirancang oleh penulis.
- Memiliki media promosi yang baru sebagai pendukung Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman dalam melakukan kegiatan baik membantu masyarakat yang membutuhkan.