

## ABSTRAK

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI SUSTAINABLE INDONESIA

Firzha Arienda

1601174390

Setiap harinya manusia menggunakan sebuah barang ataupun produk tertentu yang bila sudah habis atau tidak terpakai akan berakhir menjadi sampah. Sampah yang tidak terolah dengan baik dan benar hanya akan berakhir menumpuk di TPA dan tidak dapat terurai. Apabila hal tersebut terjadi maka ibu kota harus siap mengalami darurat sampah. Sustainable Indonesia adalah organisasi sosial yang ikut turut serta mengedukasi masyarakat akan permasalahan limbah sampah yang menumpuk dan juga solusi yang dapat menangani permasalahan tersebut, seperti kegiatan mengompos sampah organik, memilah sampah, dan lainnya. Sustainable Indonesia telah menjalani promosi melalui media sosial. Namun, identitas visual yang kurang kuat dan kurang mewakili organisasi menjadi hambatan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Sustainable Indonesia dan media promosinya.

Metode yang akan digunakan dalam pengumpulan data dalam perancangan ulang ini adalah wawancara, observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Kemudian akan dilakukan analisis melalui analisis matrix perbandingan. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Sustainable Indonesia dan media promosinya, juga terhadap limbah sampah dan permasalahan lingkungan lainnya.

Kata Kunci: Sustainable Indonesia, Sampah, Lingkungan Hidup, Identitas Visual, Media Promosi.