

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pendidikan merupakan aspek penting yang memiliki pengaruh besar bagi kemajuan suatu bangsa dan negara. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2003, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Maka dari itu, setiap orang berhak mendapatkan pendidikan yang berkualitas untuk mendukung tumbuh kembangnya sebagai individu. Dalam UU No. 2 Tahun 1989 menyebutkan bahwa setiap warga negara berhak atas kesempatan yang seluas-luasnya untuk mengikuti pendidikan agar memperoleh pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan yang sekurang-kurangnya setara dengan pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan tamatan pendidikan dasar.

Pendidikan formal di Indonesia menurut UU No. 20 Tahun 2003 Pasal 14, terdiri atas tiga jenjang yaitu, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Menurut Ihsan (2013:22), pendidikan dasar adalah pendidikan yang memberikan pengetahuan dan keterampilan, membutuhkan sikap dasar yang diperlukan dalam masyarakat, serta mempersiapkan peserta didik untuk mengikuti pendidikan menengah. Sekolah Dasar (SD) merupakan jenjang pendidikan paling dini pada pendidikan formal di Indonesia dan sangat penting dalam menentukan proses tumbuh kembang karakter dan potensi diri seseorang kedepannya. Sekolah Dasar (SD) juga memberikan landasan untuk jenjang pendidikan selanjutnya. Oleh karenanya, sangat penting bagi orang tua untuk menentukan dimana anak mereka akan mengenyam pendidikan dasar.

Dalam menentukan pendidikan dasar, tentunya orang tua masih memiliki peran besar dalam menentukan dimana anaknya akan mengenyam pendidikan, oleh karena itu, dibutuhkan kepercayaan antara pihak sekolah yang

akan dipilih dan orang tua. Menurut Samuel & Wijaya (2017) kepercayaan merupakan faktor yang menentukan komitmen konsumen dalam hubungan kepercayaan sebagai dasar loyalitas konsumen. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2020) terdapat tiga variabel yang menentukan orang tua dalam memilih pendidikan untuk anaknya yaitu, kepercayaan, biaya pendidikan, dan lokasi, dalam penelitian tersebut ditunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki tingkat konstanta tertinggi terhadap keputusan orang tua dalam menentukan dimana anaknya akan bersekolah. Maka dari itu dibutuhkan citra serta relasi yang baik dan terpercaya bagi sekolah agar dapat menjadi pilihan bagi orang tua dalam menyekolahkan anaknya.

Selain menentukan pendidikan dasar yang baik, pendidikan agama juga penting diberikan sejak dini, terlebih lagi Indonesia adalah negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, menurut laporan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISCC) pada tahun 2022 populasi umat muslim di Indonesia terdapat 237,56 juta jiwa. Sebagai orang tua yang beragama Islam, hadirnya Sekolah Islam Terpadu (SIT) dapat menjadi solusi yang tepat bagi anak-anak mereka. Menurut Hidayat Nur Wahid (2010:35) menjelaskan bahwa Sekolah Islam Terpadu (SIT) pada hakekatnya adalah sekolah yang mengimplementasikan konsep pendidikan berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Konsep Sekolah Islam Terpadu (SIT) merupakan akumulasi dari proses pembudayaan, pewarisan, dan pengembangan ajaran agama Islam, budaya dan peradaban Islam dari generasi ke generasi. Selain memberikan pendidikan secara umum, Sekolah Islam Terpadu (SIT) memberikan pengajaran mengenai agama dan tauhid (penguat) dari Islam itu sendiri, sehingga membantu anak dalam membangun fondasi agama yang kokoh untuk kedepannya. Landasan nilai-nilai spiritualitas yang ada pada nilai-nilai agama Islam, diharapkan bisa menjadi filter bagi anak-anak untuk menghindari pelanggaran moral (Rufaedah, 2020).

Atas dasar hal tersebut pula yang menjadikan visi dari SDIT Assa'idiyyah dalam membentuk generasi muslim yang berkualitas. SDIT Assa'idiyyah merupakan Sekolah Dasar Islam Terpadu yang berdiri sejak tahun 2006, dan terletak di Jl. Desa Gajahmekar No. 51 A, RT 01, RW 03, Kutawaringin,

Kabupaten Bandung. SDIT Assa'idiyyah didirikan oleh H. Bachrudin selain untuk menampung lulusan dari RA Assa'idiyyah, juga atas keinginan untuk memberikan pendidikan alternatif berbasis Islam untuk masyarakat sekitar Desa Gajahmekar dengan anggapan bahwa masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah pun bisa mendapatkan pendidikan yang berkualitas.

Berdirinya SDIT Assa'idiyyah sebelum era digital mengharuskan SDIT Assa'idiyyah untuk selalu beradaptasi dalam melakukan promosi. Selama 17 tahun berdiri, SDIT Assa'idiyyah sudah cukup dikenal di kalangan masyarakat Desa Gajahmekar, namun berdasarkan data dari wawancara yang dilakukan pada penelitian ini, SDIT Assa'idiyyah sering kali masih terdengar asing di telinga orang luar. Upaya promosi yang dilakukan oleh SDIT Assa'idiyyah hingga saat ini masih mengandalkan media *offline* berupa media cetak yang terdiri atas *flyer* dan brosur serta media *online* yaitu pada *website* dan media sosial yang terdiri atas Facebook, YouTube, dan Instagram. Namun karena kekurangan sumber daya, media-media promosi yang dimiliki kurang terkelola dengan baik, sehingga kegiatan promosi kurang maksimal. Saat ini media yang paling aktif digunakan adalah media sosial Instagram, akun Instagram SDIT Assa'idiyyah sudah memiliki sekitar 1500 pengikut, namun pada unggahan kontennya, SDIT Assa'idiyyah belum memiliki sistem desain yang konsisten, sehingga tidak memiliki ciri khas dan belum terbentuk kesatuan visual dan identitas *brand* yang baik dan dapat mencerminkan nilai-nilai dan citra sekolah Islam yang ingin ditampilkan. Identitas *brand* berupa identitas visual dan sistem desain yang belum konsisten dan sesuai dengan nilai-nilai yang ingin ditampilkan ini menyebabkan kurang efektifnya kegiatan promosi yang dilakukan karena pesan yang ingin dikomunikasikan tidak tersampaikan dengan baik, sehingga *awareness* masyarakat terhadap SDIT Assa'idiyyah sebagai *brand* sekolah Islam masih rendah, menurut Jessica dan Siswanto dalam Damara (2019:16) untuk memperoleh sasaran yang ingin diraih oleh suatu perusahaan dibutuhkan identitas visual yang berkesinambungan dengan filosofi, nilai, makna visi dan misi, bidang industri, target dan sebagainya.

Selain itu, akibat dampak dari masa pandemi COVID-19 SDIT Assa'idiyyah sempat mengalami penurunan siswa yang diakibatkan karena

pada saat itu SDIT Assa'idiyyah memutuskan untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar secara full daring untuk meminimalisir penularan COVID-19, sehingga beberapa orang tua siswa yang merasa kurang cocok dengan keputusan tersebut, memutuskan untuk memindahkan anaknya pada sekolah yang melaksanakan kegiatan belajar mengajar secara *hybrid* . Hal ini cukup berdampak pada segi finansial dan integritas sekolah. Pada awal tahun 2022 pasca pandemi SDIT Assa'idiyyah memutuskan untuk mulai melakukan kegiatan belajar mengajar secara normal, upaya promosi yang diandalkan saat itu masih dengan menggunakan media sosial Instagram, namun menurut pihak sekolah hingga saat ini kegiatan promosi tersebut belum memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan SDIT Assa'idiyyah pasca pandemi, terlebih SDIT Assa'idiyyah kekurangan sumber daya di bidang marketing dan desain. Oleh karena itu, perlu dibangun kembali citra dan kepercayaan SDIT Assa'idiyyah sehingga SDIT Assa'idiyyah dapat kembali memberikan kesempatan dan penawaran pada orang tua dalam memberikan pendidikan berbasis agama yang berkualitas untuk anak-anaknya.

Merujuk pada fenomena tersebut, dibuatlah penelitian mengenai “Perancangan Identitas *Brand* SDIT Assa'idiyyah dan Implementasinya Pada Media Promosi”. Perancangan identitas *brand* dipilih sebagai solusi dari permasalahan ini, karena menurut Anholt (2007:4) *branding* adalah proses merancang, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama dan identitas yang bertujuan untuk menciptakan dan menjaga reputasi.

Dengan melakukan perancangan identitas *brand* yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai dan filosofi sekolah serta memanfaatkan media promosi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat dan membantu kegiatan promosi SDIT Assa'idiyyah pasca pandemi dalam meningkatkan kembali kepercayaan masyarakat sehingga SDIT Assa'idiyyah dapat menjadi Sekolah Dasar Islam Terpadu yang dipercaya oleh banyak orang tua dalam memberikan pendidikan berbasis agama yang unggul untuk dapat terus melahirkan generasi-generasi muslim yang berkualitas.

Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana merancang identitas *brand* dengan tujuan untuk menciptakan identitas visual dan sistem desain

yang tepat bagi SDIT Assa'idiyyah serta penerapannya pada berbagai media promosi, dan media sosial yang dapat dipertanggungjawabkan. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah solusi bagi SDIT Assa'idiyyah untuk dimanfaatkan sebaik-baiknya sehingga dapat menjadi Sekolah Dasar Islam yang unggul dan lebih dikenal masyarakat Kabupaten Bandung.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang ada dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Penurunan siswa akibat dari Pandemi COVID-19 berdampak pada finansial dan integritas SDIT Assa'idiyyah.
- Identitas *brand* yang dimiliki SDIT Assa'idiyyah saat ini belum dapat mencerminkan nilai-nilai sekolah Islam yang ingin dikomunikasikan kepada masyarakat dan penerapannya pada media-media promosi tidak konsisten dan kurang baik.
- Media-media promosi yang dimiliki kurang terkelola dengan baik dikarenakan kurangnya sumber daya, sehingga upaya promosi yang dilakukan kurang maksimal.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan identifikasi masalah di atas permasalahan, adapun rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah:

Bagaimana merancang identitas *brand* yang baik dan penerapannya pada media promosi yang tepat sehingga meningkatkan *brand awareness* dan menarik minat masyarakat terhadap SDIT Assa'idiyyah?

1.4. Fokus Permasalahan

Berkaitan dengan program studi Desain Komunikasi Visual konsentrasi *Designpreneur*, fokus utama dari tugas akhir ini adalah penelitian perancangan identitas *brand* untuk meningkatkan *brand awareness* dari SDIT Assa'idiyyah.

Perancangan ini dibatasi sesuai dengan kaidah-kaidah desain dari Desain Komunikasi Visual. Adapun batasan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. What

Perancangan identitas *brand*, dan sistem desain pendukung serta penerapannya pada media promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran SDIT Assa'idiyyah.

b. When

Perancangan ini dilakukan sesuai dengan jadwal pelaksanaan Pra Tugas Akhir hingga jadwal pelaksanaan Tugas Akhir periode 2022/2023, tepatnya pada bulan September 2022 hingga bulan Juli 2023

c. Where

Perancangan Tugas Akhir dilakukan di Bandung, Jawa Barat.

d. Why

Untuk meningkatkan *awareness* masyarakat dan memperluas jangkauan pemasaran SDIT Assa'idiyyah sehingga dapat menjadi Sekolah Dasar Islam Terpadu yang dipercaya banyak orang tua yang ingin menyekolahkan putra putrinya di Sekolah Islam yang unggul.

e. Who

Target khalayak sasaran pada penelitian ini merupakan masyarakat dengan kelas menengah dan menengah kebawah yang berusia 30-45 tahun, utamanya yang sudah memiliki keturunan dengan usia 6-8 tahun, dan tinggal di daerah Kabupaten Bandung.

f. How

Dengan melakukan penelitian dan merumuskan identitas *brand* dan sistem desain yang konsisten dan penerapannya dalam berbagai media promosi yang diperlukan untuk kegiatan promosi SDIT Assa'idiyyah.

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan maka perancangan tugas akhir ini adalah untuk merumuskan identitas *brand* yang konsisten dan merancang luaran desain yang tepat untuk SDIT Assa'idiyyah serta implementasinya pada media promosi dengan tujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *awareness* dari SDIT Assa'idiyyah sebagai sekolah Islam di masyarakat.

1.6. Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme berfungsi untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti merupakan instrumen utama, teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Metode penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan serta menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari secara mendalam seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian.

Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Adapun metode-metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Soewardikoen (2019:48) Observasi merupakan suatu proses mengamati dan menulis unsur yang ada pada objek gambar atau imaji.

Pada penelitian ini penulis akan mengunjungi SDIT ASSA'IDIYYAH yang terletak di Jl. Terusan Desa Gajahmekar No.10, Gajahmekar, Kec. Kutawaringin, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40911 untuk melakukan observasi secara langsung.

b. Wawancara

Menurut Soewardikoen (2019:59) Wawancara terstruktur merupakan kegiatan wawancara menggunakan daftar pertanyaan dan biasanya dipilih sebagai alat ukur dalam perbandingan antar pendapat.

Pada tahap ini penulis melakukan kegiatan tanya-jawab dengan narasumber yang kompeten mengenai masalah yang akan dibahas pada penelitian ini.

c. Kuesioner

Menurut Soewardikoen (2019:59) kuesioner adalah angket yang menjadi bagian dari data aspek pemirsa. Kuesioner meliputi daftar pertanyaan mengenai suatu hal atau suatu bidang yang harus diisi oleh responden. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data yang banyak dalam waktu yang singkat kepada banyak responden secara tertulis pada media yang telah disediakan.

Pada tahap ini, penulis membuat daftar pertanyaan melalui google form yang akan disebarakan pada sampel populasi yang terdiri atas individu berusia 30-45 tahun yang sudah memiliki keturunan.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan mengkaji literatur ilmiah yang memiliki kaitan dengan keadaan sosial berupa budaya, nilai, dan norma yang berkembang pada objek yang sedang diteliti. Studi pustaka menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian karena penelitian tidak pernah lepas dari literatur ilmiah (Sugiyono, 2016).

Dalam perancangan ini penggunaan metode studi pustaka dilakukan dengan cara mencari berbagai sumber literatur yang

sesuai dengan topik penelitian. Hal tersebut bertujuan untuk memperkuat data dan menunjang proses perancangan.

1.6.2. Metode Analisis Data

Metode Analisis Data yaitu menghubungkan antara rumusan masalah dengan kerangka teori pada data yang diperoleh (Soewardikoen, 2019:59). Analisis data berfungsi menjawab pertanyaan penelitian dalam mengkaji data yang didapat menggunakan teori relevan yang sudah disusun menjadi sebuah kerangka. Berikut merupakan metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini:

a. Analisis Matriks Perbandingan

Analisis matriks menurut Soewardikoen (2019) ialah metode analisis yang membandingkan objek visual yang dilihat dengan patokan untuk memperoleh perbedaannya. Analisis ini digunakan terhadap proses analisis perbandingan objek visual penelitian dengan institusi sejenis. Dalam penelitian ini berupa identitas visual seperti logo, sistem desain, konten promosi, serta media promosi yang digunakan.

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT berfungsi untuk menilai suatu perusahaan dengan memperhatikan faktor internal yaitu *strength* dan *weakness* dan juga faktor luar yaitu dari *opportunity* dan *threat* (Soewardikoen, 2019:114).

c. Analisis Data Observasi

Data hasil observasi yang telah diperoleh melalui pengamatan langsung akan dikategorikan berdasarkan media visual dan nama sekolah. Data yang telah diolah kemudian dilanjutkan menjadi data matriks.

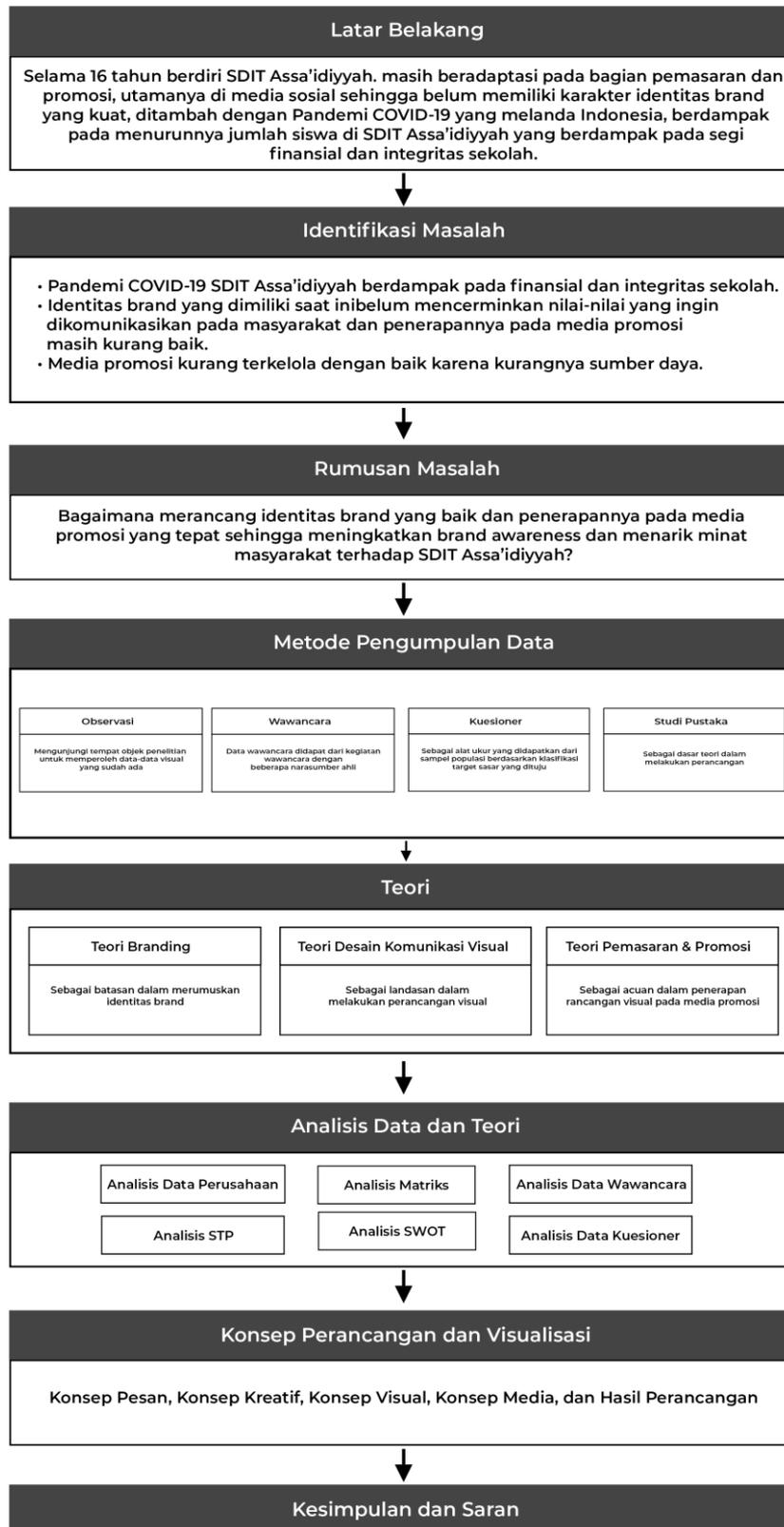
d. Analisis Data Wawancara

Data wawancara yang diperoleh dari pihak SDIT Assa'idiyyah diolah menjadi sumber informasi utama mengenai perusahaan dari sudut pandang internal yang nantinya akan dianalisis untuk menggali konsep dasar, kebutuhan, dan urgensi permasalahan di SDIT Assa'idiyyah.

e. Analisis Data Kuesioner

Analisis data kuesioner menurut Soewardikoen (2019) ialah analisis terhadap data kuantitatif obyek penelitian berdasarkan hasil perhitungan dengan penyesuaian poin-poin variabel yang sudah ditentukan. Hasil analisis data kuesioner dapat menjadi pembanding dalam membuktikan asumsi yang ada.

1.7. Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian
(Sumber: Data pribadi)

1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan dilakukan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, metode analisis, kerangka perancangan, dan sistematika penulisan mengenai penulisan tugas akhir perancangan strategi desain pada SDIT ASSA'IDIYYAH

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan berisi mengenai uraian teori yang diperoleh melalui studi pustaka yang akan digunakan dalam penelitian sebagai dasar pemikiran utama dalam perancangan strategi desain yang sesuai untuk SDIT ASSA'IDIYYAH. Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini akan dibahas mengenai data-data yang diperoleh terkait SDIT ASSA'IDIYYAH mulai dari proses observasi, kuesioner, hingga data pesaing sejenis. Data tersebut akan dianalisis dengan acuan teori yang telah dipaparkan pada bab landasan teori dan disimpulkan menjadi dasar dari konsep yang akan dibuat dalam perancangan.

BAB IV PERANCANGAN

Bab ini akan membahas dan menjelaskan mengenai konsep perancangan yang akan dibuat untuk SDIT ASSA'IDIYYAH secara detail mulai dari pemaparan konsep hingga penerapan pada media yang sesuai.

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini akan membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan untuk penulisan tugas akhir ini dan saran yang dapat melengkapi penelitian agar dapat menjadi lebih baik.