

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pendidikan bimbingan belajar dituntut untuk mengembangkan strategi desain yang inovatif melalui penguatan *branding* guna membangun identitas yang kuat dan memiliki daya tarik, tidak hanya secara lokal tetapi juga dalam skala global. Dalam konteks ini, desain berdasarkan pengalaman pengguna (UX) menjadi salah satu aspek penting dalam memperkuat *branding* suatu lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar. Melalui pemanfaatan *tools* pada teknologi *artificial intelligent* (AI) kini tidak hanya terbatas pada industri telekomunikasi, perbankan, jasa, manufaktur, hingga dalam sektor pemerintahan, namun juga telah merambah pada sektor pendidikan, termasuk pendidikan non formal seperti bimbel (Ririh, Wicaksono, & Tsurayya, 2020). Salah satu contoh implementasi *artificial intelligent* (AI) sebagai penggunaan sektor pendidikan pembelajaran bahasa melalui pemrosesan bahasa alami (NLP), platform *e-learning*, *assistant virtual/chatbot*, dan pembelajaran berbasis AR/VR. Hal ini membuka peluang bagi lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar untuk menghadirkan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan personal. Dalam era digital saat ini *website* tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga menjadi cerminan dari *value*, visi, misi dan identitas lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar.

Website sebagai sarana komunikasi dua arah dengan audiens secara *digital* menjadikan Lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar saat ini telah berkembang pesat di Kota Bandung. Maka dari itu, potensi ini diambil sebagai objek penelitian yang memiliki kesamaan dalam berkomitmen pada inovasi, strategi desain melalui *branding* dan relevansi terhadap tren digitalisasi dalam industri pendidikan. Ketiga lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar yang dipilih dalam penelitian ini yakni Akademika Education, Hamasah Privat dan

Rumah Belajar Creative. Dipilihnya ketiga subjek dalam penelitian berdasarkan kesamaan karakteristik yaitu, memiliki komitmen terhadap inovasi pada perkembangan teknologi digital, menerapkan strategi desain melalui pendekatan *branding* yang aktif di media digital serta sedang mengembangkan pemanfaatan teknologi terkini *artificial intelligent* (AI) dalam optimalisasi pada *website*. Penggunaan *tools* AI dalam strategi *branding* memberikan peluang besar bagi lembaga pendidikan bimbingan belajar dalam menyajikan pengalaman pengguna (UX) yang lebih personal dan interaktif serta adaptif. *Website* dapat menjadi salah satu sarana media pemasaran lembaga pendidikan maka strategi *branding* dengan menggunakan inovasi pada penerapan teknologi *artificial intelligent* (AI) dirasa mampu meningkatkan keterlibatan pengguna (*user engagement*) di media digital *website* khususnya.

Penggunaan media informasi melalui *website* saat ini berperan penting terhadap *brand value* suatu perusahaan dalam mencerminkan *profile*, visi dan misi serta informasi secara detail. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kredibilitas dan menegaskan diferensiasi pada kompetitor, dalam penelitian ini lembaga pendidikan bimbingan belajar dengan skala pertumbuhan siswa dan berkembang lebih dari 3 tahun sebagai topik yang diangkat merupakan hasil analisis terhadap perkembangan kebutuhan setiap siswa SMP hingga SMA dalam mempelajari dan memperdalam bidang keilmuan secara personal dan intens, serta orang tua siswa yang memiliki anak usia TK hingga SD dengan mempersiapkan kebutuhan pendidikan ekstra diluar pembelajaran yang diterapkan di sekolah.

Kebutuhan ini menjadikan potensi berpeluang besar bagi lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar dalam menyediakan layanan kursus secara *online* maupun *onsite* kepada khalayak dan tetap eksis di industri pendidikan non formal. Saat ini pemasaran dan persaingan di era digital sudah tidak bisa dikesampingkan, persaingan antar lembaga pendidikan yang satu dengan yang lainnya semakin kompetitif sehingga strategi pemasaran untuk lembaga pendidikan merupakan hal yang mutlak dilakukan guna memberikan keunggulannya dari setiap lembaga pendidikan (Munajat & Ramly, 2022).

Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir industri pendidikan menurut hasil survei sosial ekonomi nasional (SUSENAS) MSBP 2021, hampir 90 persen siswa atau mahasiswa mengakses internet dalam tiga bulan terakhir. Nilai indikator ini semakin meningkat secara signifikan dibandingkan tahun 2018 (52,59 persen). Pada tahun 2021 mayoritas siswa/mahasiswa (80,16 persen) mengakses internet untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam proses pembelajaran serta jenis kursus yang paling banyak diminati oleh siswa/mahasiswa adalah kursus bimbingan belajar. Kemudian pada tahun 2023 Badan Pusat Statistik (BPS) memaparkan bahwa pada jenjang SD siswa menggunakan internet sebanyak 62,56 persen. Kebutuhan akan akses internet dan kursus lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar saat ini semakin meningkat secara signifikan. Maka dari itu sebuah lembaga pendidikan bimbingan belajar dengan skala pertumbuhan yang masih dalam kategori berkembang perlu melakukan *brand centered design* dalam setiap media pemasarannya, khususnya saat ini pada media *website*.

Maka urgensi dilakukannya penelitian ini yakni meningkatkan kemampuan setiap lembaga pendidikan bimbingan belajar bersaing secara kompetitif dalam kualitas, ekonomi, serta adaptif dengan era perkembangan modern saat ini, hal ini berguna untuk turut berkontribusi menumbuhkan mutu pendidikan di Kota Bandung dalam konteks pembelajaran ekstra non formal. Hal ini perlu adanya analisis desain *website* pada setiap lembaga pendidikan bimbingan belajar guna mengetahui ekspektasi pengguna baik siswa, orang tua, pengajar maupun khalayak sehingga dapat dilakukan evaluasi terhadap *website* secara spesifik.

Analisis pengalaman pengguna, desain antar muka suatu *website* harus nampak menarik dan mudah dalam hal navigasi. Dalam tahapan membuat desain *website* yang persuasif, terdapat lima prinsip desain. Di antaranya *layout*, hirarki, warna dan navigasi yang mudah. Maka dari itu, hipotesis yang telah dirumuskan terkait prinsip-prinsip desain tersebut dapat membantu meningkatkan daya tarik visual dalam membuat sebuah situs yang lebih menarik dengan komposisi yang baik (Swasty & Adriyanto, 2017).

Dalam penelitian ini diimplementasikan model analisis SWOT terhadap UI/UX pada *website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar di Kota Bandung yakni Akademika Education (AE), Hamasah Privat (HP), dan Rumah Belajar Creative (RBC). Data yang digunakan menggunakan studi literatur melalui teori *Gestalt* dan prinsip desain *user centered design* yang dikenalkan oleh Don Norman, selain itu data yang digunakan menggunakan pengumpulan data wawancara, serta data pendukung lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dalam kurun waktu dua puluh delapan hari terakhir pada 12 desember 2024 didapatkan bahwa rata-rata ketiga *website* menggunakan *tools artificial inteligent* (AI) melalui strategi *search engine optimation* (SEO), dan memiliki nilai stabilitas performa *website* kurang dari 200 mili per detik. Maka untuk menganalisis *website* dilakukanlah model analisis SWOT sebagai kerangka penyelesaian masalah melalui perencanaan strategis serta manajemen dalam organisasi. Kerangka ini digunakan guna membangun strategi organisasi dan strategi kompetitif (Gürel & Tat, 2017). Selain dapat menemukan strategi yang tepat terhadap penyelesaian masalah, analisis SWOT memiliki relevansi dengan tujuan dalam *digital branding* dan *user experience* (UX).

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam menganalisis *brand centered design* melalui teknik analisis SWOT dapat membantu perencanaan strategis pada lembaga pendidikan dan mengevaluasi kualitas pada *website*. Kebaharuan dalam penelitian ini dengan melakukan analisis data guna memetakan persaingan berbasis ulasan daring, peringkat lembaga yang dapat menambahkan strategi *branding* digital dan *brand* positioning terhadap strategi komunikasi visual sebagai faktor yang menjadikan daya saing lembaga. Dengan melihat potensi dan urgensi dalam penelitian ini, analisis strategi desain guna mendukung *branding* pada *website* lembaga pendidikan bimbingan belajar yang dapat membangun identitas kuat dan relevan di mata audiens. Melalui strategi desain melalui analisis desain antarmuka (UI) dengan penggunaan *tools search engine optimation* (SEO) sebagai salah satu indikator analisis SWOT pada *website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar dapat lebih praktis dalam memahami kebutuhan audiensnya dan memberikan pengalaman yang selaras dengan nilai dan tujuan

institusi. Namun, hingga saat ini belum banyak penelitian terkait pendalaman desain antarmuka (UI) pada *website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar yang spesifik membahas bagaimana prinsip desain memiliki pengaruh dalam persepsi identitas suatu *brand* sehingga menjadi *top of mind* terhadap sektor pendidikan non formal di Kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

1. *Website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar belum memiliki *brand value*.
2. Desain antarmuka (UI) belum dimanfaatkan secara optimal dalam strategi digital *branding*.
3. *Website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar belum dirancang berdasarkan prinsip *brand centered design*

1.3 Rumusan Masalah

Lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar memiliki daya saing yang semakin ketat di pasarnya, sehingga memerlukan strategi desain pada *branding website* yang dapat membangun identitas *brand* dengan karakteristik dan nilai yang kuat guna menarik perhatian khalayak. *Website* sebagai media strategi *branding* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar yang mencerminkan nilai, visi, misi dan identitas lembaga belum nampak sehingga dengan memaksimalkan pengalaman pengguna pada *website* akan memberikan gambaran pentingnya UI/UX pada lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar dengan memenuhi prinsip desain yang persuasif, *layout* yang tepat, navigasi yang mudah, warna yang menarik dan hirarki visual yang efektif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan utama yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja yang menjadi permasalahan desain pada *website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar di Kota Bandung?
2. Mengapa strategi desain berperan penting dalam *branding* secara digital suatu lembaga pendidikan non formal?

3. Bagaimana strategi desain yang berfokus pada *brand centered design* dan rekomendasi desain UI/UX dapat diimplementasikan guna meningkatkan daya saing dan efektifitas *website* lembaga pendidikan bimbingan belajar?

Rumusan masalah ini akan menjadi panduan dalam menjawab kebutuhan lembaga pendidikan bimbingan belajar untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas *website* sebagai media *branding* di era persaingan digital yang semakin kompetitif.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di uraikan, tujuan studi ini adalah :

1. Mengidentifikasi dan evaluasi *brand value* lembaga pendidikan bimbingan belajar serta bagaimana direpresentasikan secara visual dan fungsional pada *website*.
2. Menganalisis dan merancang strategi pemanfaatan desain antarmuka (UI) sebagai bagian dari *digital branding* yang efektif.
3. Analisis ide konsep desain antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX) pada *website* lembaga pendidikan bimbingan belajar, melalui strategi desain menggunakan metode analisis SWOT guna menciptakan kesan dan pesan yang profesional dan pengalaman pengguna yang berdampak pada kualitas sebagai *brand centered design* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar di Kota Bandung

1.5 Sistematika Penulisan Tesis

Adapun sistematika penulisan laporan dalam penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut :

- **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini menguraikan latar belakang penelitian sebagai dasar penelitian yang merupakan tahapan selanjutnya dalam merumuskan masalah kemudian diuraikan tentang tujuan pada penelitian, serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

- BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam perumusan hipotesis penelitian serta analisis penelitian ini yang berisikan tentang definisi, kerangka pemikiran serta penelitian terdahulu.

- BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menguraikan metodologi penelitian melalui pendekatan yang digunakan, pemilihan objek penelitian, pengumpulan sampel penelitian, metode pengumpulan data, uji validitas data dan metode analisis yang digunakan.

- BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini hasil dan penelitian diuraikan secara sistematis dengan gambaran objek penelitian, hasil, pembahasan dan penarikan kesimpulan penelitian.

- BAB V Kesimpulan dan saran

Pada bab ini merupakan tahapan penulisan terakhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan serta saran serta rekomendasi penelitian serupa di waktu yang akan datang.