

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pengaruh globalisasi, banyak nilai-nilai yang tidak sejalan dengan adat ketimuran masuk ke Indonesia. Nilai-nilai tersebut masuk ke Indonesia tanpa dapat dibendung dan dikonsumsi secara bebas oleh masyarakat khususnya generasi muda. Ini menyebabkan negara Indonesia mengalami penurunan karakter.

Hal tersebut didukung oleh wawancara yang dilakukan terhadap uztadzah A'izatul Fariyah S.Pdi, menurutnya globalisasi adalah salah satu faktor paling berpengaruh pada tumbuh kembang anak. Melihat fakta di atas, pendidikan karakter sangat dibutuhkan sedini mungkin. Namun sistem pendidikan tingkat dasar di Indonesia dianggap kurang dalam menanamkan karakter anak bangsa. Untuk itu dibutuhkan suatu sistem yang mampu meningkatkan karakter bangsa Indonesia yaitu pendidikan dasar berbasis keagamaan.

Indonesia adalah negara yang berpenduduk mayoritasnya beragama islam, hal itu memicu banyaknya yayasan pendidikan untuk membangun sekolah tingkat dasar berbasis keislaman. Salah satu daerah yang membangun banyak sekolah tingkat dasar berbasis keislaman adalah Tangerang selatan karena merupakan daerah berkembang secara infrastuktur dan berpenduduk padat sehingga kebutuhan akan sekolah menjadi tinggi.

Pesatnya bisnis pendidikan di daerah Tangerang Selatan menyebabkan persaingan menjadi cukup ketat. Oleh sebab itu setiap sekolah membuat diferensiasi agar menarik calon konsumen. Hal tersebut memaksa yayasan pendidikan untuk membuat diferensiasi agar dapat menarik minat calon konsumen. Salah satu bentuk diferensiasi adalah memiliki kurikulum berbasis internasional. Hal ini dimaksud untuk mencetak lulusan yang dapat bersaing secara global tanpa mengurangi nilai ketimuran. Tujuan pemberian diferensiasi adalah agar dapat menjadi pembeda dari yayasan lain.

Salah satunya adalah yayasan pendidikan yang bernama Insan Madani Sejahtera atau biasa disebut YIMS. YIMS memberi alternatif pendidikan untuk anak muslim mendapatkan pendidikan yang layak sesuai dengan syariah islam dan standar internasional dengan membangun sekolah Khalifa IMS.

Pada 28 Februari 2008 Insan Madani Sejahtera (IMS) membuka sekolah swasta baru yang bernama Khalifa IMS (Indonesia Mandiri *School*). Pada saat itu Khalifa IMS hanya membuka untuk *kindergarten* (TK) yang beralamat di ruko Emerald Boulevard AA1 no.18-19 Bintaro jaya sektor 9. Namun pada tahun 2011 dibuka kelas *primary* (SD) untuk pertama kalinya.

SD Khalifa IMS berdiri pada tanggal 11 juli 2011 dengan 13 murid. Berdiri dengan menggunakan islam sebagai ideologi sekolah dan kurikulum dari *Cambridge* serta menambahkan *21st century skill* dapat menjadikan khalifa IMS berbeda dari sekolah lain. (<http://khalifaims.com/index.php/about/history>, di akses pada tanggal 26 Februari 2014 jam 21.03).

Disebabkan oleh waktu berdirinya yang baru 4 tahun maka SD Khalifa IMS memiliki kendala yaitu belum memiliki *brand awareness* dalam benak calon konsumennya sehingga menyebabkan belum tercapainya target siswa yang telah ditentukan.

Berdasarkan permasalahan diatas, Penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir ini. Tujuannya adalah untuk membantu SD Khalifa IMS dalam memperkuat *awareness* masyarakat yang dimilikinya. Untuk itu perlu adanya strategi yang tepat dan media komunikasi yang efektif sebagai media penyampai pesan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah membuat media promosi untuk memperluas target pasar dan mempromosikan IMS Khalifa.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan di atas maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Pada saat tugas akhir ini dibuat, karakter anak bangsa Indonesia semakin menurun.
- b. Adanya kebutuhan sekolah SD yang berbasis keagamaan.
- c. Tingkat persaingan sekolah swasta berbasis keislaman di Tangerang Selatan tinggi.
- d. Terdapat banyak sekolah islam, namun masih sedikit yang menerapkan kurikulum internasional.
- e. Perluasan jenjang pendidikan dari IMS Khalifa sehingga membutuhkan promosi yang gencar.
- f. Baru berdirinya SD Khalifa IMS, sehingga dibutuhkan promosi yang gencar.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, masalah yang akan diselesaikan adalah:

- a. Bagaimana merancang media promosi untuk SD Khalifa IMS yang sesuai dengan target calon konsumen Khalifa IMS ?
- b. Bagaimana memasukkan konsep keislaman dalam perancangan media promosi SD Khalifa IMS agar nilai-nilai keislaman dapat tersampaikan ke konsumen?

1.4 Fokus Perancangan

Dalam proyek tugas akhir ini ruang lingkup dibatasi dengan bidang desain komunikasi visual (DKV), sehingga akan berkisar pada hal-hal yang dapat ditangani dan diolah melalui pendekatan DKV. Perancangan ini ditujukan untuk SD Khalifa IMS sebagai institusi pemberi proyek. Batasan yang akan dilakukan selama tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Perancangan konsep visual bertema keislaman yang disesuaikan dengan target calon konsumen SD Khalifa IMS.
- b. Perancangan media promosi yang disesuaikan dengan karakteristik SD Khalifa IMS yang meliputi:
 - Perancangan media penerapan penunjang (*stationary*), antara lain *lunch bag* dan *pick up card*.

- Perancangan media publikasi, antara lain spanduk, poster, brosur, iklan majalah, *website*, *facebook*.
 - Perancangan media penerapan merchandise, antara lain *goodie bag*, *notes*, *mug*, bantal mobil, dan jam dinding.
- c. Perancangan ini akan ditujukan kepada target calon konsumen dari SD Khalifa IMS yang berada di sekitar Bintaro dan Tangerang selatan, yaitu orang tua calon siswa yang merupakan kalangan dewasa berusia antara 28 hingga 40 tahun dan memiliki anak berusia 6 hingga 12 tahun.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan antara lain sebagai berikut :

- a. Merancang media promosi untuk SD Khalifa IMS yang sesuai dengan target calon konsumen SD Khalifa IMS.
- b. Memasukkan konsep visual SD Khalifa IMS dalam perancangan media promosi SD Khalifa IMS agar nilai-nilai keislaman dapat tersampaikan ke calon konsumen.

1.6 Metode Pengumpulan Data

A. Cara Pengumpulan Data :

- Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki menurut Supardi (2006:88) dalam *Metodologi Penelitian*

Pada perancangan ini observasi yang dilakukan yaitu mendatangi langsung SD Khalifa IMS untuk mendapatkan data langsung dari narasumber sehingga bisa merancang media promosi sesuai dengan target pasar dari SD Khalifa IMS.

- Studi pustaka

Dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian* Nazir (1998:112) mengatakan bahwa Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori,

peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll).

Pada perancangan ini, studi pustaka yang dilakukan yaitu membaca buku-buku literatur dan mencari referensi di internet yang berkaitan dengan perancangan media promosi yang tepat untuk SD Khalifa IMS.

- Wawancara

Dalam buku *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Sugiono (2009:317) mengatakan Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi.

Pada perancangan ini, wawancara yang dilakukan yaitu bertemu dengan pihak dari SD Khalifa IMS yaitu bapak Sumardi Achmad Badawi selaku pimpinan dari Indonesia Mandiri School, pakar agama dan pakar media promosi.

B. Analisis dan Penyajian Data :

- analisis SWOT

Menurut Kurtz (2008:45) Analisis SWOT adalah suatu alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencana untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal.

Pada perancangan ini, analisis SWOT digunakan untuk mengetahui informasi SD Khalifa IMS internal dan eksternal.

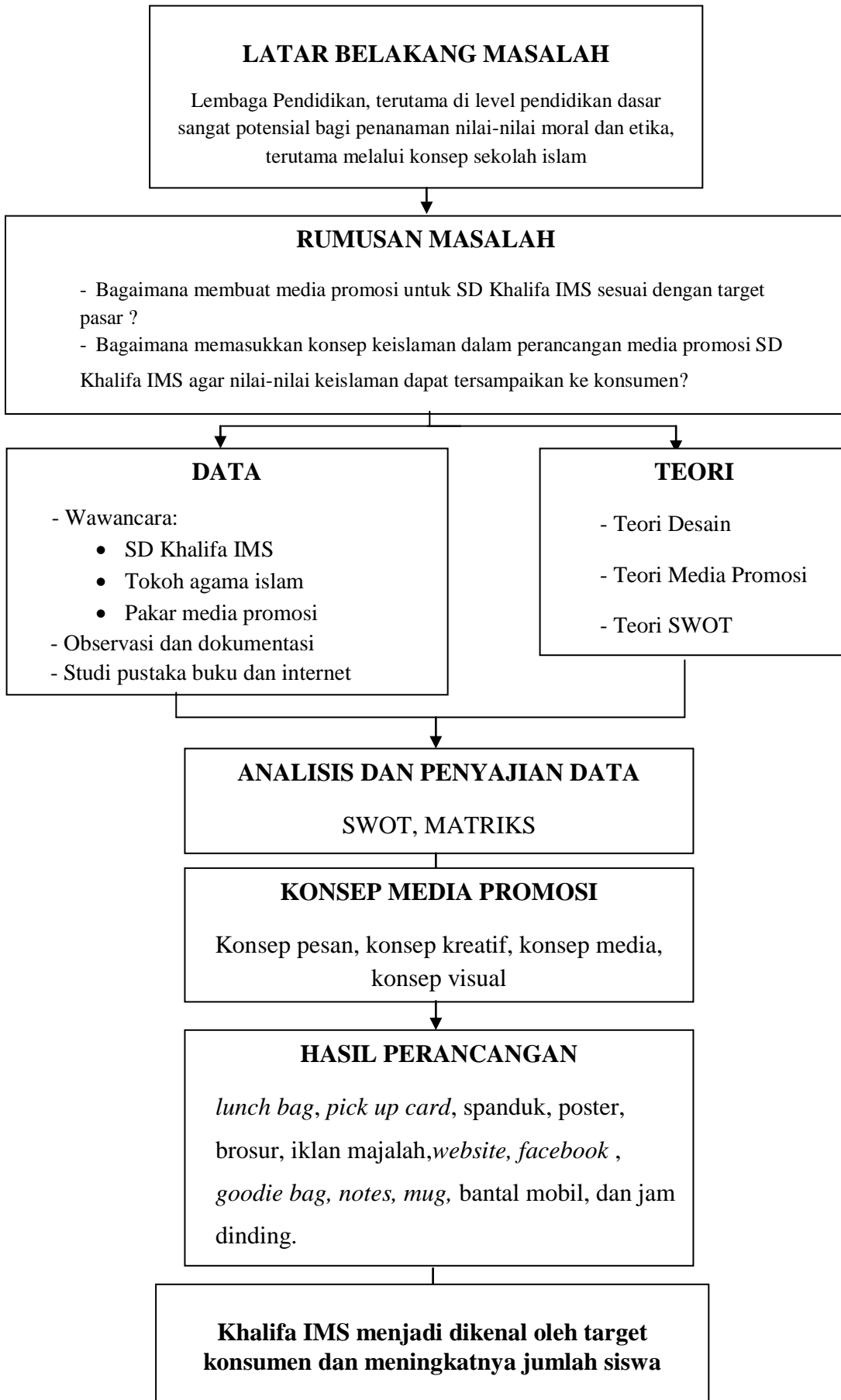
- Penyajian data Matriks

Menurut (*Rohidi, 2011: 248*) Matriks merupakan salah satu alat yang rapih baik bagi pengelolaan informasi maupun bagi analisis. Sebuah matriks memuat kolom dan baris, yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, konsep atau seperangkat informasi. Matriks juga berguna untuk membuat perbandingan seperangkat data. Ketika menyajikan hasil analisis melalui sebuah matriks, penganalisis dapat menambahkan pada masing-masing kolom dan barisnya informasi-informasi ringkas. Matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian dengan seimbang.

Pada perancangan ini penyajian data matriks digunakan untuk membandingkan dua hal yaitu :

- a. Digunakan untuk membandingkan beberapa media promosi lain yang mengangkat konsep keislaman.
- b. Digunakan untuk membandingkan beberapa media promosi sekolah / universitas / lembaga pendidikan.

1.7 Skema Perancangan



1.8 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dibahas tentang latar belakang dan permasalahan tentang pendidikan yang berbasis keislaman pada tingkat dasar dan SD Khalifa IMS. Selain itu juga dituliskan metode penelitian serta tujuan diadakannya penelitian ini.

Bab II Dasar Pemikiran,

Bab ini berisikan dasar pemikiran serta landasan teori sebagai alat bantu serta landasan dalam menyelesaikan permasalahan yang telah di sampaikan di bab I. teori yang dicantumkan adalah teori tentang desain, teori media promosi, teori SWOT.

Bab III Data dan Analisis Masalah

A. Data

Pada sub bab ini menjelaskan dan menjabarkan berbagai data hasil observasi dan wawancara dari SD Khalifa IMS.

B. Analisis dan Penyajian Data

Pada sub bab ini berisi tentang pengolahan data primer dan sekunder yang berkaitan dengan objek penelitian sehingga menghasilkan konsep perancangan.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual yang dipergunakan dalam perancangan media promosi SD Khalifa IMS. Hasil Perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media yang dipilih.

Bab V Penutup

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil analisa dan hasil perancangan.

