

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Lembaga Penelitian *nonprofit* yang berada di Washington, *The Pew Research Center* pada tahun 2010 mengemukakan sebesar 12,7% dari populasi muslim di seluruh dunia berada di Indonesia. Sebanyak 207,5 juta penduduk Indonesia atau setara dengan 88,1% merupakan muslim.

Besarnya jumlah pemeluk Agama Islam di Indonesia tidak menjamin pemeluknya pasti mampu membaca Alquran yang merupakan kitab suci umat Islam. Kementerian Agama Republik Indonesia mengemukakan di tahun 2014, sebesar 54% muslim di Indonesia masih buta huruf Alquran secara total. Sebanyak 25% bisa membaca huruf Alquran dan hanya 15 % yang bisa membaca baik dan benar. Angka buta huruf Alquran di Indonesia terbilang cukup tinggi bila dibandingkan dengan Malaysia yang angka buta hurufnya hanya 31,3% seperti dilansir Pengarah Pusat Penyelidikan Alquran Universiti Malaya di tahun 2010.

Menteri Agama Indonesia (2014) mengatakan bahwa buta huruf Alquran tidak berarti hanya sebatas buta baca tulis, tapi juga buta isi atau kandungan Alquran. Jika membaca dan memahami saja tidak bisa, lalu bagaimana dapat mengamalkannya. Seperti disampaikan oleh Sukidi (2002 : 62), membaca Alquran dapat meningkatkan kecerdasan spiritual seseorang. Rendahnya kemampuan membaca Alquran ini berpengaruh pada kecerdasan spiritual dan moralitas bangsa, sehingga bermunculan berbagai permasalahan seperti korupsi, kriminalitas, kenakalan remaja, radikalisasi Agama, dan lainnya.

Kementerian Agama sendiri telah menghimbau masyarakat dalam website resminya (<http://www.kemenag.go.id/> diakses pada tanggal 2 Februari 2016) untuk bersama-sama memberantas buta huruf Alquran di kalangan umat Islam terutama para anak-anak dan remaja. Hingga tahun

2015, kini di Indonesia telah bermunculan komunitas dan gerakan *nonprofit* yang bertujuan untuk memberantas buta huruf Alquran maupun membiasakan membaca Alquran. Komunitas dan gerakan itu diantaranya adalah One Day One Juz, One Day One Lembar, Yuk Ngaji, dan Ayo Ngaji Tiap Hari yang diinisiasi masyarakat umum dari berbagai kalangan.

Salah satu komunitas yang berkomitmen untuk memberantas buta huruf Alquran pada remaja adalah Komunitas Ayo Ngaji Tiap Hari (ANTH). Menurut Koordinator ANTH Chapter Bandung periode tahun 2016, Az Zahra Al Azizah, anggota komunitas ANTH memiliki tujuan untuk mengajak pelajar SMA/K membaca Alquran dengan artinya, mengajarkan cara membaca Alquran kepada sekitarnya dan berbagi inspirasi ayat kepada masyarakat pada umumnya.

Dalam mewujudkan tujuannya, ANTH telah menjalankan beberapa program diantaranya mengajarkan cara membaca Alquran yang baik dan benar (*Tahsin*) secara rutin setiap pekan, pengembangan karakter berdasarkan Alquran setiap bulan, berbagi inspirasi Alquran lewat media sosial setiap hari, hingga menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah SMA/K di Kota Bandung

Sejak berdiri pada tahun 2013, kini ANTH memiliki 250 anggota terdaftar dan 50 anggota aktif yang terbilang kecil mengingat target ANTH adalah 1000 pelajar di tahun 2015. Koordinator ANTH Chapter Bandung, mengungkapkan bahwa kampanye yang selama ini dilakukan ANTH masih sangat terbatas baik visual maupun medianya. Logo dan identitas visual yang selama ini digunakan merupakan desain yang dibuat secara mendadak.

Publikasi kegiatan ataupun kampanye gerakan baru terbatas menggunakan poster digital yang disebarakan melalui jaringan pribadi dan jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan LINE yang pengikutnya masih berkisar ratusan. Sementara metode pengajaran Alquran masih mengandalkan pertemuan *offline* dengan jumlah anggota hadir sekitar puluhan. Padahal, menurut penelitian yang dilakukan Baidu tahun 2016, mayoritas remaja Indonesia dalam rentang umur 18-25 tahun hidup di dunia digital, mulai dari mengakses bahan pelajaran hingga membuat jaringan pertemanan.

Oleh karena itu, ANTH memerlukan identitas visual dan kampanye yang lebih efektif dengan mempertimbangkan siapa *audiencenya* dan kaidah-kaidah desain komunikasi visual. Diharapkan hal ini dapat mendukung keberhasilan mencapai tujuan ANTH untuk memberantas buta huruf Alquran di kalangan remaja.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, dapat diidentifikasi bahwa permasalahannya adalah :

- a. Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim terbanyak dunia. Namun tingkat buta huruf Alquran di Indonesia tinggi. Buta Alquran bukan hanya buta baca tulisnya saja, tetapi juga buta isi atau kandungan dari Alquran.
- b. Pentingnya memberantas buta huruf Alquran karena hal ini berpengaruh kepada spiritual dan moralitas bangsa yang difokuskan terutama pada anak-anak dan remaja yang saat ini cukup bermasalah.
- c. Komunitas ANTH hanya beranggotakan sejumlah sekitar 250 anggota. Jumlah yang lebih sedikit dari target ANTH sebanyak 1000 pelajar.
- d. Ayo Ngaji Tiap Hari (ANTH) belum memiliki desain visual yang baik dan strategi kampanye yang efektif untuk menarik pelajar bergabung dalam gerakannya.

1.3 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dapat dirumuskan bahwa permasalahannya adalah Bagaimana merancang kampanye untuk mengajak pelajar SMA/K di Kota Bandung membaca Alquran setiap hari?

1.4 Fokus Perancangan

Perancangan yang akan dilakukan berfokus pada Kampanye Membaca Alquran Setiap Hari yang ditujukan untuk pelajar SMA/K beragama Islam baik laki-laki maupun perempuan yang dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Oktober tahun 2016 di Kota Bandung.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan fokus permasalahan tersebut, dapat dirumuskan bahwa tujuan perancangannya adalah mengajak pelajar SMA/K di Kota Bandung untuk membaca Alquran setiap hari melalui Kampanye Ayo Ngaji Tiap Hari.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Sekaran (2006) Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

Observasi yang akan dilakukan untuk kegiatan perancangan ini adalah dengan mengamati kegiatan, pelaku, dan media yang berhubungan dengan ANTH di Kota Bandung. Hal ini dilakukan dengan tujuan mengetahui dan mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye Ayo Ngaji Tiap Hari pada periode sebelumnya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data. Wawancara terbagi atas wawancara terstruktur dan tidak terstruktur (Sekaran, 2006).

1. Wawancara terstruktur artinya peneliti telah mengetahui dengan pasti apa informasi yang ingin digali dari responden sehingga daftar pertanyaannya sudah dibuat secara sistematis.

2. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas, yaitu peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan yang akan diajukan secara spesifik, dan hanya memuat poin-poin penting masalah yang ingin digali dari responden.

Wawancara yang akan penulis lakukan adalah wawancara tatap muka dan tidak terstruktur untuk mendapatkan informasi yang lebih faktual dan mendalam mengenai kampanye sosial dan komunitas ANTH. Narasumber wawancara yaitu Farah Qoonita yang merupakan *founder* Kanan Studio dan *founder* Official Account LINE “Teh Jasmine” dan Az Zahra Al Azizah yang merupakan Koordinator ANTH Chapter Bandung periode 2016.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah disusun sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap dan biasanya sudah menyediakan pilihan jawaban (kuesioner tertutup) atau memberikan kesempatan responden menjawab secara bebas (kuesioner terbuka) (Sekaran, 2006).

Kuesioner yang akan digunakan penulis adalah kuesioner terbuka kepada 100 responden laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 15-19 tahun dan berprofesi sebagai pelajar SMA/K di kota Bandung. Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui *consument behaviour*, *consument interest* dan faktor-faktor yang dapat meningkatkan partisipasi pelajar terhadap kampanye Ayo Ngaji Tiap Hari di Kota Bandung.

d. Studi Pustaka

Menurut M. Nazir dalam bukunya yang berjudul ‘Metode Penelitian’ (1998:111) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan

laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

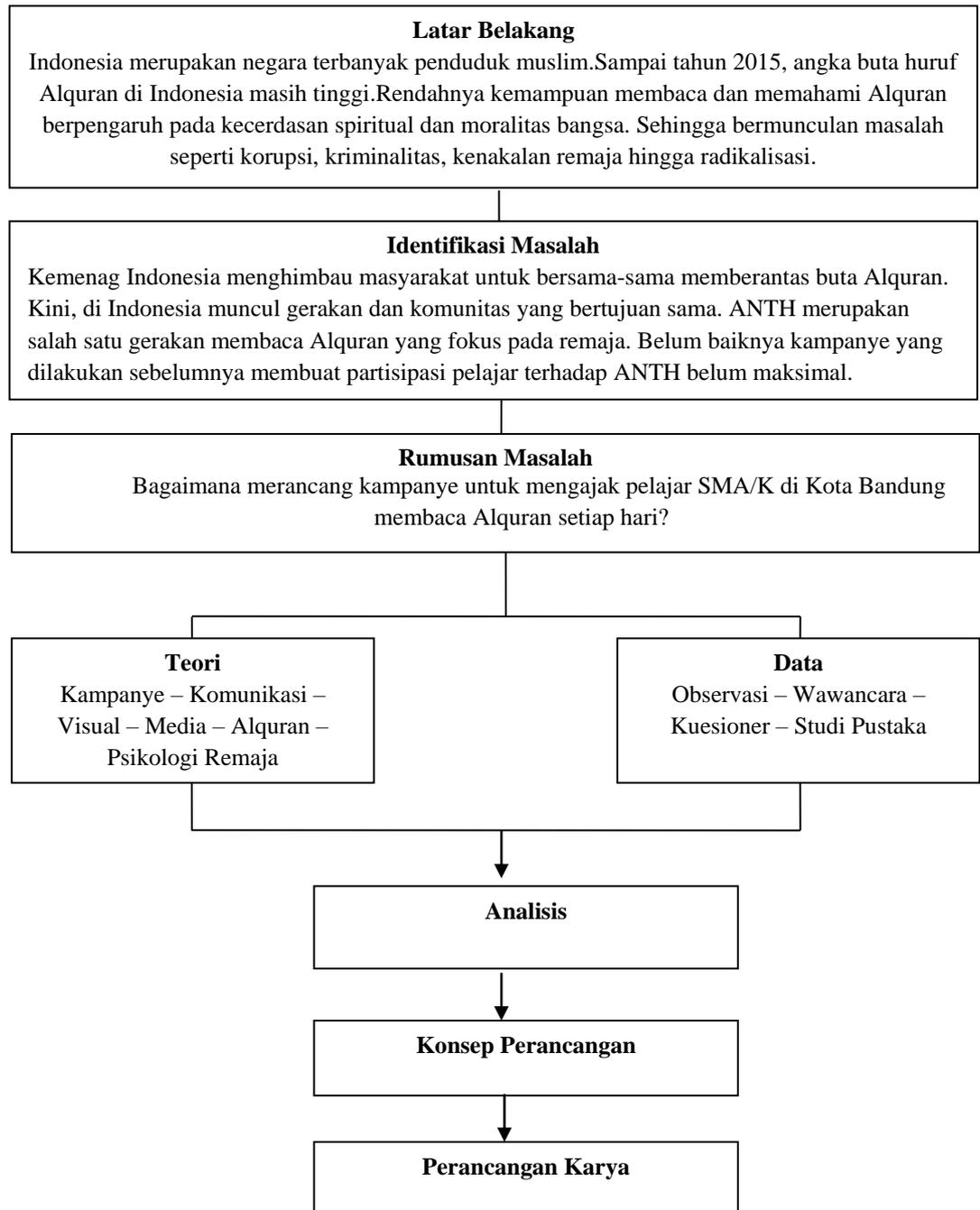
Penulis akan melakukan studi pustaka melalui buku-buku referensi yang ada, data-data tertulis mengenai kampanye sosial, desain komunikasi visual, membaca, Alquran, dan karakteristik remaja.

1.6.2 Metode Analisis Data

Penulis akan melakukan cara analisis data menggunakan analisis matriks perbandingan. Menurut Soewardikoen (2013) dalam Rohidi (2011 : 247) salah satu metode analisis yang sangat bermanfaat dan sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk yang padat adalah dengan matriks. Matriks merupakan alat yang rapi baik untuk mengelola informasi maupun analisis.

Metode analisis yang akan dilakukan adalah dengan membandingkan beberapa kampanye yang berkaitan dengan membaca baik membaca Alquran ataupun buku. Perbandingan kampanye-kampanye tersebut akan disajikan dalam bentuk matriks perbandingan.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan
Sumber : Dokumentasi Pribadi

1.8 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi dan rumusan dari masalah yang diambil dari permasalahan atau fenomena yang terjadi, tujuan perancangan, fokus perancangan, teknik pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan, dan pembabakan.

Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang. Teori-teori tersebut diantaranya adalah teori komunikasi, teori kampanye, teori visual, teori media, teori membaca Alquran, dan teori psikologi remaja.

Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data seperti data pemberi proyek, data proyek sejenis, data khalayak sasaran, data hasil observasi, wawancara, kuesioner. Bab ini juga menguraikan analisis data proyek sejenis menggunakan matriks perbandingan baik dari segi aktivitas maupun visual dan media.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisi konsep kreatif seperti konsep komunikasi, konsep pesan, konsep media, konsep visual, , hingga hasil perancangan mulai dari perancangan logo, karakter, hingga penerapan visual pada setiap media.

Bab V Penutup

Berisi mengenai kesimpulan dan saran yang berdasarkan pada hasil penelitian, perancangan, serta masukan pada waktu sidang.