

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sistem pendidikan yang beragam, sebagaimana dikutip dari *website* LPMP Riau, ada empat sistem pendidikan yang dikembangkan di Indonesia yaitu Sistem UK-Cambridge, Sistem Eropa International Baccalaureate (IB), Sistem Pendidikan Nasional, dan Sistem Amerika. Namun, yang digunakan kebanyakan sekolah di Indonesia adalah Sistem Pendidikan Nasional. Sistem Pendidikan Nasional merupakan keseluruhan komponen pendidikan yang saling terkait secara terpadu untuk mencapai tujuan pendidikan nasional secara utuh. Namun pada kenyataannya sistem pendidikan di Indonesia yang didasarkan pada Sistem Pendidikan Nasional terdapat kesenjangan antara cita-cita dan kenyataan. Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab adanya kesenjangan tersebut, antara lain faktor sarana dan prasarana, SDM, paradigma orang tua terhadap capaian prestasi akademik anak, dan kurikulum itu sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, Indonesia perlu sistem pendidikan lain yang menunjang Sistem Pendidikan Nasional, salah satunya pendidikan holistik. Di Indonesia sendiri, pendidikan holistik pertama kali dikemukakan oleh Ahmahedi Mahzar. Menurut Miller, dkk., (2005) pendidikan holistik adalah pendidikan yang mengembangkan seluruh potensi siswa secara harmonis (terpadu dan seimbang), meliputi potensi intelektual (*intellectual*), emosional (*emotional*), fisik (*physical*), sosial (*social*), estetika (*aesthetic*) dan keagamaan (*spiritual*). Potensi-potensi tersebut perlu dikembangkan secara harmonis agar kemampuan intelektual siswa tidak berkembang jauh dari sikap dan keterampilannya.

Salah satu lembaga pendidikan yang ada di Bandung yang berorientasi pada pendidikan holistik adalah Rumah Belajar Semi Palar yang telah mendapat Izin Operasional Diknas pada tahun 2008 dengan akreditasi B pada tahun 2012. Sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai idealisme ingin mencerdaskan kehidupan bangsa, Rumah Belajar Semi Palar menawarkan sebuah kesempatan

pendidikan di mana keluarga yang satu visi dengan Rumah Belajar Semi Palar dapat menempatkan anak-anaknya untuk bertumbuh kembang secara utuh melalui proses pendidikan yang difasilitasi bersama-sama oleh guru di sekolah dan orang tua di rumah.

Rumah Belajar Semi Palar sebagai lembaga pendidikan yang berkonsep holistik, belum begitu dikenal oleh masyarakat pada umumnya. Menurut Kepala Sekolah Rumah Belajar Semi Palar Bapak Andy Sutioso, konsep pendidikan holistik susah untuk dipromosikan karena sekolah ini menerapkan proses pembelajaran yang lebih kompleks daripada sekolah konvensional dan masyarakat akhirnya susah memahami tentang pendidikan holistik. Akibatnya, pendaftaran murid baru tidak mengalami kenaikan.

Sebenarnya, promosi yang disampaikan oleh Rumah Belajar Semi Palar melalui *website* dan sosial media telah menyampaikan pesan kepada beberapa target audiens tentang keberadaan Rumah Belajar Semi Palar dan apa saja kegiatan sekolah tersebut, namun untuk konten sosial media mereka terbatas hanya untuk orang-orang yang sudah diikuti oleh akun sosial media Rumah Belajar Semi Palar. *Website*-nya pun tidak aktif mempromosikan sekolah itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan di atas, adalah sebuah tantangan untuk mempromosikan Rumah Belajar Semi Palar agar pesan yang disampaikan dapat mengenalkan dan mengedukasi target audiens mengenai keberadaan pendidikan holistik. Maka dari itu perlu dibuat sebuah kampanye *advertising* dengan isi pesan yang informatif dan menarik untuk dapat membantu kenaikan pendaftaran murid baru di Rumah Belajar Semi Palar.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak masyarakat yang belum tahu mengenai Rumah Belajar Semi Palar yang menyebabkan tidak adanya kenaikan pendaftaran siswa/i baru.

2. Kurangnya media visual promosi yang diadakan oleh Rumah Belajar Semi Palar.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan strategi pesan utama promosi yang tepat untuk mengenalkan masyarakat tentang Rumah Belajar Semi Palar?
2. Bagaimana perancangan visual dan media yang tepat untuk meningkatkan pendaftaran murid baru di Rumah Belajar Semi Palar?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk menghindari bahasan masalah yang meluas, penelitian ini akan difokuskan kepada beberapa aspek sebagai berikut:

1. Apa
Perancangan difokuskan pada perancangan strategi promosi untuk meningkatkan pendaftaran murid baru di Rumah Belajar Semi Palar.
2. Siapa
Target audiens dalam perancangan ini adalah dewasa umur 30-40 tahun yang memiliki anak yang ingin mencoba hal baru dengan tingkat ekonomi kelas menengah ke atas.
3. Tempat
Penelitian dilakukan di daerah Kota Bandung dan sekitarnya.
4. Waktu
Penelitian dilakukan selama periode semester genap tahun ajaran 2021/2022, terhitung sejak bulan Maret 2022.
5. Mengapa
Untuk mengenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang keberadaan Rumah Belajar Semi Palar.
6. Bagaimana

Melakukan perancangan strategi kreatif dengan media digital dan non-digital berupa promosi guna meningkatkan pendaftaran murid baru di Rumah Belajar Semi Palar.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terancangnya pesan utama promosi Rumah Belajar Semi Palar untuk mengenalkan pendidikan holistik dalam pelajaran di Rumah Belajar Semi Palar.
2. Terancangnya visual dan media promosi untuk meningkatkan pendaftaran murid baru di Rumah Belajar Semi Palar.

1.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan strategi promosi Rumah Belajar Semi Palar ialah:

1. Bagi Penulis
Sebagai upaya penulis dalam mengembangkan ilmu Desain Komunikasi Visual di bidang *Advertising* dan menerapkannya pada strategi promosi kreatif terhadap Rumah Belajar Semi Palar.
2. Bagi Akademis
Sebagai sumber referensi yang berhubungan dengan pendidikan holistik dan bagaimana cara mempromosikannya.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Moleong (2005:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode yang alamiah.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Adapula metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72), wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Metode wawancara yang dilakukan penulis ialah bertanya kepada Kepala Sekolah Rumah Belajar Semi Palar beserta staf-staf yang ada untuk mendapatkan informasi yang akan digunakan dalam perancangan strategi promosi ini.

2. Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46), observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian.

Observasi yang dilakukan adalah dengan pengamatan langsung terhadap media sosial dan *website* Rumah Belajar Semi Palar dan hasil wawancara.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka menurut Sarwono (2006:26) yaitu, mempelajari buku-buku referensi dan hasil penelitian sejenis sebelumnya yang pernah dilakukan oleh orang lain.

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data dari *e-books*, artikel dan jurnal dari internet, serta jurnal yang ada di Open Library Telkom University.

4. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Dalam perancangan ini, kuesioner dibagikan kepada responden berusia 30-40 tahun untuk mengetahui apakah masyarakat tahu mengenai Rumah Belajar Semi Palar.

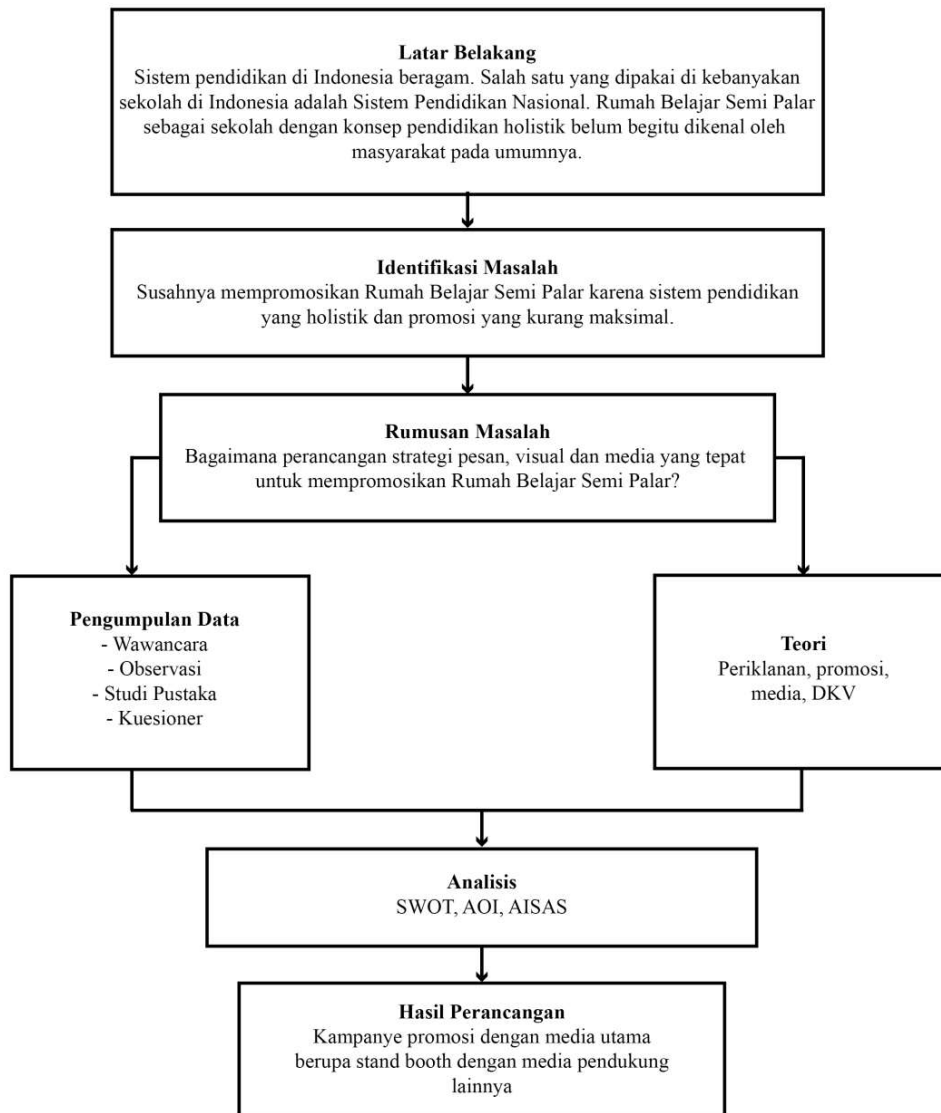
1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengetahui lebih dalam tentang kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman terhadap Rumah Belajar Semi Palar. Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Metode analisis data untuk target audiens adalah metode AOI (*Activities, Opinion, Interest*). Menurut Ilhamsyah (2021:69), komponen AOI yang bisa dimanfaatkan untuk menyusun profil psikografis dari konsumen adalah *Activities* meliputi pekerjaan, hobi, acara sosial, liburan, hiburan, keanggotaan klub, komunitas, belanja, dan olahraga; *Opinion* meliputi diri, isu sosial, politik, bisnis, ekonomi, pendidikan, produk, masa depan, dan kultur; *Interest* meliputi keluarga, rumah, jabatan, komunitas, rekreasi, fashion, makanan, media, dan prestasi.

Menurut Sugiyama dan Andre (2011:79), AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) adalah formula yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet. AISAS pada perancangan ini digunakan sebagai analisis dan referensi untuk perencanaan promosi Rumah Belajar Semi Palar.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Pribadi, 2022

1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah Rumah Belajar Semi Palar, masalah yang dihadapi Rumah Belajar Semi Palar, ruang lingkup perancangan, tujuan dan manfaat perancangan dibuat, metode penelitian yang diambil, dan kerangka perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat penjelasan tentang landasan-landasan teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan. Bab ini akan menjabarkan tentang teori periklanan, promosi, media, dan DKV.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Bab ini menguraikan data-data yang didapat dari wawancara, observasi, studi pustaka dan kuesioner, lalu dianalisis menggunakan metode analisis SWOT, AOI untuk target audiens, dan model AISAS.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini berisi konsep pesan (ide besar), konsep kreatif, konsep media, konsep visual beserta dengan hasil perancangannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan atas hasil dilakukannya perancangan strategi promosi Rumah Belajar Semi Palar dan saran.