

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas, setiap individu pantas untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Dimulai sejak Sekolah Dasar (SD), dilanjutkan dengan Sekolah Menengah Atas (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), hingga dilanjutkan ke tingkat yang lebih tinggi seperti perguruan tinggi atau universitas. Perguruan tinggi berbeda dengan tingkat-tingkat dibawahnya, dimana perguruan tinggi, memiliki tujuan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan dan memecahkan masalah kompleks, sehingga memiliki daya saing yang berkualitas serta mampu untuk menciptakan ilmu pengetahuan. (Abdillah, n.d. 2024).

Pada saat ini jumlah perguruan tinggi mengalami sebuah lonjakan. Pada tahun 2025 dilansir dari website Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, bahwa ada peningkatan pada tahun 2023 sebanyak 964 perguruan tinggi yang berada di bawah Kementerian Agama baik swasta maupun negeri yang ada di Indonesia. Dimana pada tahun sebelumnya tercatat sebanyak 887 perguruan tinggi yang berada di bawah naungan Kementerian Agama. Perguruan-Perguruan tinggi yang ada di bawah Kementerian Agama memiliki beberapa kategori, yaitu Universitas Islam Negeri (UIN), Institut Agama Islam (IAI), Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI).

Sebagai negara dengan penduduk yang mayoritas nya memeluk agama Islam, pendidikan agama Islam merupakan sebuah fondasi dalam kehidupan bermasyarakat di negara ini. Tentunya pendidikan agama Islam dapat ditempuh melalui sekolah sekolah berbasis agama Islam. Pada tingkatan Sekolah Tinggi, tercatat pada Direktorat Pendidikan Islam (DIKTIS) Kemenag RI Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) di indonesia mencapai lebih dari 800 institusi. Yang mana lebih dari 700 institusi ini hadir dengan basis agama yang memiliki fokus dalam membentuk moral, karakter serta intelektualitas kepada mahasiswanya dengan menggunakan sudut pandang keagamaan Islam. (Badan Pusat Statistik, 2024)

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sadra merupakan salah satu Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) yang bidang utamanya adalah filsafat Islam klasik dengan fokus pada pengembangan pemikiran kritis dan analitis. STAI Sadra hadir untuk

memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan Islam terutama di bidang filsafat dalam tingkat perguruan tinggi yang mampu untuk memberikan bekal pengetahuan mengenai keislaman. STAI Sadra pun menawarkan pengajaran terbaik yang memiliki jaringan internasional dimana dihadirkan dosen dari luar negeri, serta hampir dari keseluruhan pengajar nya lulusan internasional. Pendidikan tinggi yang ditetapkan oleh STAI Sadra ini merupakan sebuah pengembangan keilmuan yang direalisasikan dalam bentuk penguasaan bahasa Arab dan bahasa Inggris. Visi dari STAI Sadra adalah menjadikan pusat pendidikan dan kajian ilmu-ilmu keislaman, dalam upaya membangun kembali pemikiran Islam yang logis dan rasional. STAI Sadra merupakan perguruan tinggi yang berdiri berdasarkan surat keputusan Dirjen Pendidikan Tinggi Islam serta terakreditasi oleh badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. STAI Sadra memiliki tujuan untuk melahirkan lulusan yang dapat memahami ilmu-ilmu keislaman secara menyeluruh, terintegrasi, dan holistik.

Menurut Maghfiralina Nur Afiyah, M.A., selaku Kepala Biro Penerimaan Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sadra, saat ini menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan promosi serta informasi akademik. Permasalahan permasalahan yang dihadapi oleh STAI Sadra adalah tidak tercapai nya target pendaftar, dimana target berada pada 150 calon mahasiswa sedangkan yang mendaftar pada tahun 2020 sejumlah 110 calon mahasiswa, pada tahun 2021 berada di jumlah 81 calon mahasiswa, di tahun 2022 sejumlah 82 calon mahasiswa dengan target 150 calon mahasiswa, pada tahun 2023 berjumlah 125 calon mahasiswa masih dengan target 150 calon mahasiswa, dan pada tahun 2024 terdapat 125 calon mahasiswa yang mendaftar. Hal ini dapat dikarenakan kurang nya strategi dalam pemasaran di STAI Sadra seperti jarang mengikuti acara acara yang dapat memasarkan STAI Sadra contohnya acara student fair yang hanya dihadiri sesekali, serta sosial media berupa Instagram yang tidak dikelola secara maksimal dimana dalam segi desain tidak terlalu diperhatikan, serta konten konten yang hanya berfokus pada kegiatan internal yang mana perbandingannya sedikit sekali dengan konten yang memasarkan STAI Sadra sendiri tidak tersampaikan dengan baik kepada mahasiswa, calon mahasiswa, dan masyarakat umum. Hal itu dikarenakan belum adanya marketing yang terstruktur yang memperburuk permasalahan yang dihadapi oleh STAI Sadra saat ini.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. STAI Sadra belum memiliki *Brand Communication* yang baik sehingga pesan yang dimiliki serta *value* yang ditawarkan oleh STAI Sadra belum tersampaikan kepada target pasar
- b. STAI Sadra belum menggunakan media pemasarannya secara optimal

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah dijelaskan, berikut adalah rumusan masalah:

“Bagaimana perancangan *Brand Communication* dapat menyampaikan pesan dan *value* yang dimiliki dan ditawarkan oleh STAI Sadra?”

1.3 Ruang Lingkup

Dalam kaitannya mengenai program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) dengan konsentrasi *designpreneur*, maka perancangan tugas akhir ini difokuskan pada komunikasi brand. Akumulasi berbagai data dan informasi mengenai persaingan pada pemasaran, di Analisa untuk digunakan sebagai acuan dalam sebuah perancangan brand communication pada STAI Sadra. Perancangan memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi mengenai value atau nilai-nilai yang dimiliki STAI Sadra serta program dan fasilitas yang ditawarkan kepada siswa siswa yang ingin memasuki perguruan tinggi sehingga perancangan ini ditujukan kepada calon mahasiswa yang akan mendaftar perguruan tinggi. Perancangan ini akan dilakukan di DKI Jakarta, dimulai dari bulan Oktober 2024 hingga Januari 2025 dan perancangannya dilakukan pada bulan Februari 2025.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan untuk membuat pesan tentang value atau nilai-nilai yang dimiliki dan ditawarkan oleh STAI Sadra tersampaikan kepada konsumen.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengambilan Data

Data yang diperoleh dalam tugas akhir perancangan brand communication pada STAI Sadra menggunakan metode:

a. Metode Observasi

Morris mendefinisikan observasi sebagai aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrumen-instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau tujuan lain (Hasanah, 2017)

Dalam perancangan ini, dilakukannya metode observasi guna mendapatkan data seperti sosial media yang dimiliki objek yang di observasi.

b. Metode Wawancara

Menurut Berger mengatakan bahwasannya wawancara merupakan percakapan antara informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek), dan periset (seseorang yang mendapatkan informasi) guna mendapatkan informasi lebih akurat, penulis melakukan metode wawancara dengan cara mendatangi langsung direktur dari STAI Sadra. (Dian, 2020)

c. Metode Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono adalah sebuah kaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan aspek nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. (Dika Ade Royani, 2021)

d. Metode Kuisisioner

Sugiyono mengatakan bahwasannya kuisisioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi berbagai pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Dian, 2020)

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis memilih siswa SMA sebagai responden.

1.5.2 Metode Analisis Data

Pada perancangan tugas akhir ini, digunakannya beberapa metode analisis seperti berikut:

a. Metode Analisis SWOT

SWOT merupakan sebuah identitas beberapa faktor yang secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang, yang secara bersamaan mampu meminimalkan kekurangan serta ancaman. (Deradjat Mahadi Sasoko & Imam Mahrudi, 2022)

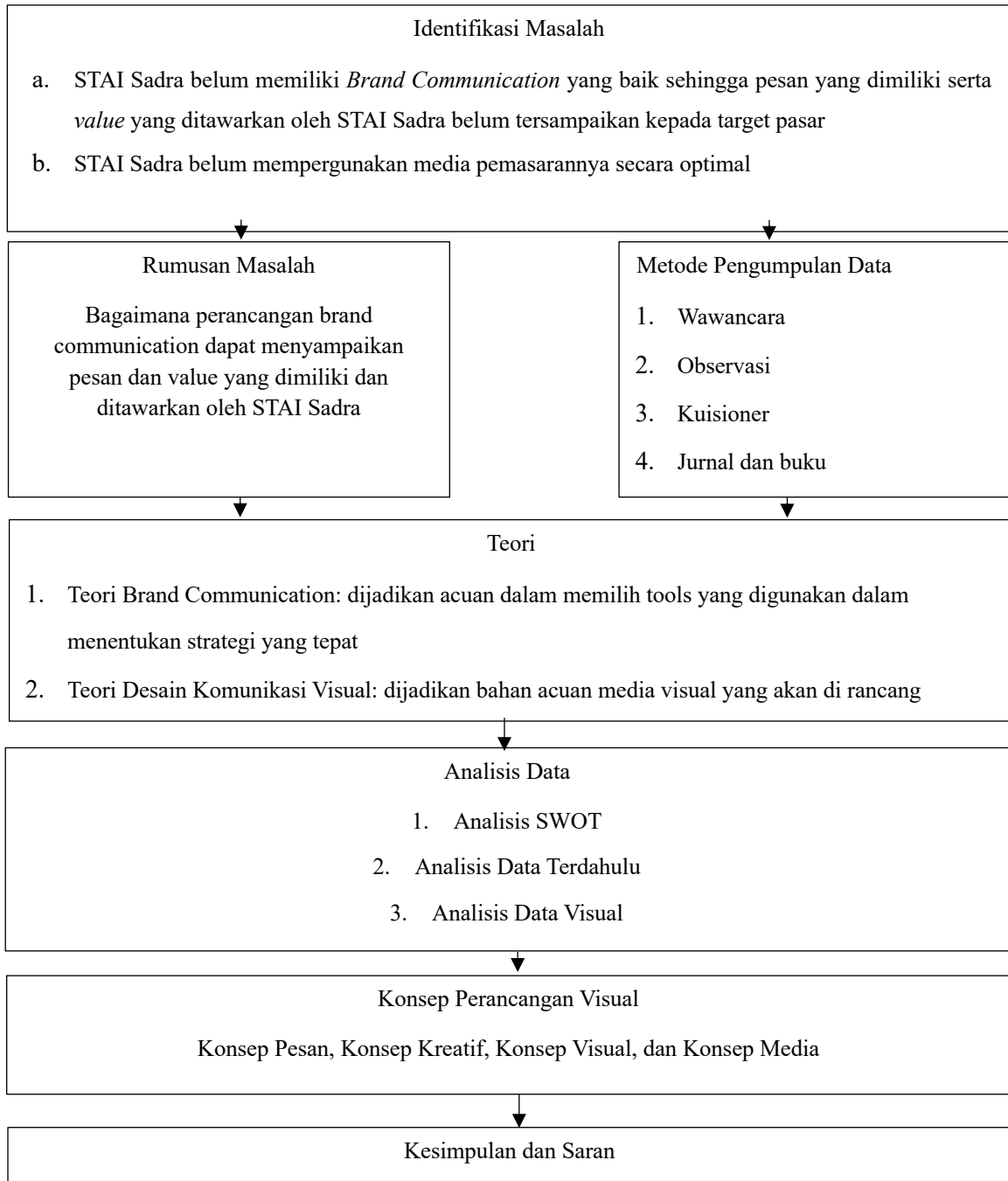
Dalam perancangan tugas akhir ini, analisis SWOT digunakan dengan tujuan dapat mengetahui kondisi yang terjadi pada STAI Sadra.

b. Metode Analisis Visual

Metode dimana penulis dapat membahas mengenai bagaimana elemen-elemen dasar pada suatu karya saling berkaitan membuat suatu tata letak dengan tujuan untuk mengkaji suatu desain atau karya seni berdasarkan unsur-unsur dasar desain atau seni rupa serta prinsip-prinsip penyusunan menggunakan teori Desain Komunikasi Visual (DKV), Ilustrasi, dan Semiotika. (Maylinia et al., 2022)

1.6 Kerangka Penelitian

Table 1.6-1 Kerangka Penelitian



1.7 Pembabakan

Pembabakan dari penelitian ini disusun menurut sistematika penulisan yang ada sebagai berikut:

a. Bab I Pendahuluan

Berisikan informasi-informasi yang meliputi fenomena persaingan perguruan tinggi yang ada di Indonesia, identifikasi masalah, rumusan masalah, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta kerangka penelitian.

b. Bab II Landasan Teori

Landasan teori berisikan berbagai teori guna memecahkan masalah yang sudah dipaparkan pada Bab I. *Brand Communication* dan Teori Desain Komunikasi Visual merupakan dua teori yang digunakan pada penulisan ini, dan di akhiri dengan asumsi.

c. Bab III Data dan Analisis Data

Bab ini berisikan hasil dari beberapa data yang telah dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, kuisioner, dan studi pustaka. Diikuti dengan analisis serta kesimpulan hasil analisis sebagai penutupnya.

d. Bab IV Konsep dan Perancangan

Berisikan hasil dari analisis dalam bentuk ide mengenai konsep perancangan serta hasil dari rancangan yang telah dibuat.

e. Kesimpulan dan Saran

Mencakup Kesimpulan, hasil dari penelitian serta saran kepada peneliti dan perusahaan.