

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan nilai-nilai Islam yang kuat di jenjang sekolah menjadi peran penting untuk mencetak generasi muda unggul secara kemajuan teknologi namun tetap berpegang teguh dengan ajaran serta nilai – nilai Islam, mulai dari lembaga pendidikan sekolah dasar (SD) sampai sekolah menengah akhir (SMA). Salah satu instusi pendidikan yang mengangkat nilai keislaman dalam kurikulumnya adalah Madrasah Tsanawiyah (MTs) Saiful Ulum di Kabupaten Bangkalan. MTs. Saiful Ulum berdiri di tengah-tengah masyarakat yang mempunyai tujuan untuk mencetak generasi yang tidak hanya berfokus pada aspek akademik tetapi Mts. Saiful Ulum memperhatikan juga secara intensif pembinaan spiritual, moral, dan akhlak siswanya, sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki oleh sekolah MTs. Saiful Ulum yaitu tewujudkan warga madrasah yang beriman, berilmu, dan berakhlakul karimah serta menumbuhkembangkan dan mewujudkan sikap, tingkah laku, tuturkata yang sopan, kualitas pendidikan, prestasi akademik dan non akademik yang sesuai dan berlandaskan dengan ajaran agama islam.

Lingkungan yang sangat religius membentuk karakter MTs. Saiful Ulum sebagai sekolah yang sangat berpedoman pada ajaran-ajaran Agama Islam. Siswa-siswa di sekolah ini juga menjadi bagian penting dari organisasi-organisasi yang bergerak dibidang agama Islam di daerah tersebut, dimana peran pendidikan agama bukan hanya terbatas pada ruang kelas, tetapi juga mencakup kegiatan-kegiatan keagamaan yang diselenggarakan di luar jam belajar. Dengan menerapkan kurikulum pendidikan umum dengan kurikulum madrasah yang mengajarkan Agama Islam sebagai pedoman hidup, mata pelajaran pendidikan agama islam yang diberikan MTs. Saiful Ulum kepada siswa-siswanya adalah Alqur'an Hadits, Fiqh, Aqidah Akhlak, Sejarah Kebudayaan Islam, dan Bahasa Arab dengan porsi pembelajaran yang signifikan dalam rangka menumbuhkan pemahaman agama yang mendalam dikalangan siswa-siswa MTs. Saiful Ulum yang bertujuan untuk, agar para siswa tidak hanya memahami aspek teori saja dari ajaran Islam, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendukung kegiatan - kegiatan keagamaan yang diselenggarakan oleh siswanya, tersedia musholla sebagai sarana tempat melaksanakan kewajiban sebagai seorang muslim yang taqwa kepada tuhan nya seperti melaksanakan shalat, tadarus, dan tahfidz jus 30 yang bisa digunakan setiap harinya oleh seluruh siswa-siswa MTs. Saiful Ulum. Perpustakaan yang menyediakan buku-buku ilmu pengetahuan mengenai duniawi dan ukhrawi dengan koleksi buku yang cukup lengkap

sehingga diharapkan bisa menjadi pintu bagi seluruh siswa-siswa MTs. Saiful Ulum untuk menuju kesuksesan yang tidak hanya berlandaskan ilmu formal tetapi juga ilmu agama yang berpedoman pada Alquran dan hadist-hadist nabi, sehingga tercapainya tujuan menciptakan para siswa-siswa Mts. Saiful Ulum bisa berkompetisi di era modern dengan tetap mempertahankan nilai-nilai keislaman yang kuat seperti berilmu, beriman, dan berakhlak mulia.

Terlepas dengan semua fasilitas dan keunggulan yang dimiliki oleh MTs. Saiful Ulum tersebut, masyarakat yang berdomisili di kecamatan Tanjung Bumi dan sekitarnya belum memiliki minat terhadap keunggulan-keunggulan yang dimiliki sekolah dan belum memiliki kesadaran terhadap tujuan – tujuan yang ditawarkan oleh MTs. Saiful Ulum seperti berilmu, beriman, dan berakhlak mulia. Hal ini disebabkan oleh kurang aktifnya sekolah kepada masyarakat dalam penyampaian informasi terkait sekolah. Sampai saat ini promosi yang dilakukan oleh MTs. Saiful Ulum pada saat ini hanyalah sekedar mempromosikan sekolahnya dengan cara guru atau staf mengunjungi sekolah-sekolah dasar yang berada di Tanjung Bumi dan sekitarnya untuk menjelaskan secara langsung kepada peserta didik seperti apa program yang diberikan oleh sekolah serta lingkungan di sekolah MTs. Saiful Ulum. MTs. Saiful Ulum belum mempromosikan sekolahnya kepada orang tua peserta didik baik secara *online* ataupun *offline*. Sedangkan menurut Diani & dkk. (2021: 53) Keputusan orang tua cenderung memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan anak karena orang tua berperan sebagai penentu utama dalam aspek pembiayaan dan kualitas pendidikan. Oleh karena dibutuhkan media yang cocok untuk membantu mempromosikan keunikan, keunggulan, serta apa saja yang ada di dalam sekolah MTs. Saiful Ulum kepada para orang tua peserta didik, karena media bisa membantu MTs. Saiful Ulum mencapai audiens yang lebih besar melalui media online seperti media sosial. Konten yang menarik didalam media sosial juga menjadi tolak ukur bagi target audiens yang ingin mengunjungi dan ingin melihat isi konten apa saja yang ada di sosial media MTs. Saiful Ulum. Dengan konten yang menarik, berisi informasi tentang sekolah, dan mengenalkan kepada masyarakat bahwa sekolah ini memiliki identitas sebagai lembaga pendidikan yang berlatar belakang agama islam yang kokoh.

Pembuatan video profile menjadi solusi bagi permasalahan yang dimiliki sekolah MTs. Saiful Ulum, karena dengan adanya video profile masyarakat bisa mengetahui melalui internet, tidak perlu lagi bagi orang tua yang ingin melanjutkan pendidikan anaknya di sekolah menengah pertama harus meluangkan waktu dan tenaganya untuk berkunjung ke sekolah MTs. Saiful Ulum, cukup melalui internet saja orang tua bisa mengenal seperti apa lingkungan sekolah Mts. Saiful Ulum, apa saja keunggulan yang ada didalamnya, fasilitas

yang disediakan oleh sekolah apa saja, serta program-program apa saja yang diberikan kepada anak didiknya di sekolah.

Kesimpulannya adalah dibutuhkan promosi yang lebih intensif dan terarah melalui media online dapat menjadi salah satu kunci dan harapan sekolah MTs. Saiful Ulum untuk meningkatkan kesadaran dan ketertarikan masyarakat sekitar bahkan masyarakat luas terhadap keberadaan MTs. Saiful Ulum serta keunggulan-keunggulan yang dimilikinya. Dalam menghadapi permasalahan seperti ini dibutuhkan pembuatan promosi melalui media online seperti media sosial di Youtube, Instagram, dan Tiktok dengan berisikan konten visual yang menarik agar bisa diterima oleh target atau masyarakat. Dengan itu sekolah MTs. Saiful Ulum juga akan bisa merasakan dampak positif dari promosi melalui media sosial atau internet, dengan menjadikan video profile sebagai sarana promosi dan pengenalan lingkungan sekolah kepada masyarakat luas melalui internet.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Kurangnya minat serta kesadaran orang tua calon peserta didik terhadap keunggulan dan tujuan yang dimiliki MTs. Saiful Ulum.
2. Pengenalan tentang sekolah melalui internet atau sosial media belum maksimal, hanya sekedar guru atau staf mengunjungi sekolah-sekolah dasar yang berada di Tanjung Bumi dan sekitarnya untuk menginformasikan tentang sekolah MTs. Saiful Ulum.
3. MTs. Saiful Ulum belum memiliki video profil, menyebabkan informasi sekolah sulit diakses dan kurang dikenal luas.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat video profile sebagai alat promosi online guna meningkatkan minat dan kesadaran orang tua calon peserta didik terhadap sekolah MTs. Saiful Ulum?

1.3 Ruang Lingkup

Pembuatan video profil sebagai media promosi untuk MTs. Saiful Ulum bertujuan untuk meningkatkan daya tarik sekolah dalam menjangkau target yang lebih luas. MTs. Saiful Ulum merupakan sekolah menengah pertama yang memiliki komitmen kuat terhadap pendidikan berbasis Islam. Target utama dari media promosi ini adalah orang tua berusia 30–

50 tahun yang memiliki anak lulusan sekolah dasar. Penelitian ini dilakukan sejak Agustus 2024 hingga saat ini, dengan lokasi observasi di Jalan Letnan Kolonel Sobirin, Paseseh, Tanjung Bumi, Bangkalan, Jawa Timur. Melalui video profil ini, sekolah berupaya mengatasi tantangan dalam promosi agar dapat menarik minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di lingkungan yang menanamkan ilmu pengetahuan agama Islam secara mendalam. Video promosi ini akan menampilkan keunggulan, kelebihan, serta keunikan Mts. Saiful Ulum dengan visual yang menarik, sehingga informasi mengenai sekolah dapat tersampaikan secara efektif kepada target pasar.

1.4 Tujuan Perancangan

Membuat video profile melalui media promosi untuk sekolah MTs. Saiful Ulum sebagai sarana promosi melalui internet atau media online berupa sosial media seperti Youtube, Instagram, dan Tiktok, dengan tujuan perancangan ini diharapkan Mts. Saiful Ulum lebih banyak dikenal serta diminati oleh masyarakat luas sehingga informasi yang ingin disampaikan oleh Mts. Saiful Ulum bisa diterima oleh target dan bisa meningkatkan jumlah anak didik yang ingin menempuh pendidikan di sekolah Mts. Saiful Ulum.

1.5 Metode Pengumpulan Data Dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini, digunakan metode antara lain:

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan di lingkungan sekolah MTs. Saiful Ulum mulai dari fasilitas serta kegiatan – kegiatan yang ada di dalam sekolah. Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala – gejala yang diteliti. Teknik observasi digunakan untuk mengumpulkan data tentang kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian yang berkaitan dengan perencanaan dan pelaksanaan.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan kepala sekolah MTs. Saiful Ulum serta alumni MTs. Saiful Ulum yang bertujuan untuk mengumpulkan data serta informasi dengan cara tanya jawab. Menurut Sugiyono (2018) jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview* yang dimana wawancara semiterstruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada topik pembahasan yang diangkat. Narasumber yang diwawancarai adalah kepala sekolah MTs. Saiful Ulum dan alumni sekolah MTs. Saiful Ulum.

3. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan pada metode penelitian tanpa perlu mendatangkan atau memerlukan kedatangan langsung dari sumber data tersebut (Supriadi, 2020). Pada tahapan ini, bentuk kegiatan yang dilakukan adalah membuat daftar pertanyaan di media *Google form* dan kemudian disebarkan melalui akun media sosial seperti *Whatsapp* dan Instagram kepada target *audiens* dari objek penelitian ini. Kuesioner dilakukan terhadap masyarakat Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan, berusia 35 – 50 tahun dengan pekerjaan di segala profesi.

1.5.2 Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengaitkan suatu permasalahan dengan pemahaman yang adda melalui data – data yang telah dikumpulkan (Soewardikoen, 2019).

1. Analisis Matriks Perbandingan

Menurut Soewardikoen (2019:104), matriks adalah perbandingan suatu informasi maupun konsep yang dilakukan dengan cara menjajarkan informasi tersebut. Metode analisis matriks perbandingan ini akan digunakan untuk membandingkan beberapa sekolah mulai dari fasilitas umum, program sekolah yang diberikan atau diwajibkan bagi para siswanya, kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah, sampai dengan kelebihan dan kekurangan sekolah tersebut. Perbandingan promosi juga termasuk kedalam analisis matriks perbandingan seperti apa saja promosi yang telah dilakukan oleh sekolah bahkan kompetitor serta membandingkan desain brosur, desain banner, serta tampilan profil pada Instagram.

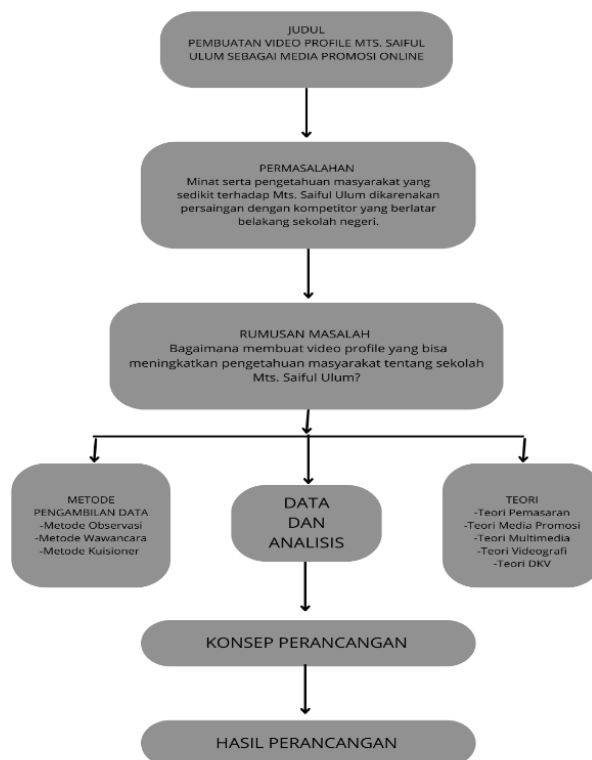
2. Analisis SWOT

Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *Strength* dan *Weakness* serta faktor luar yang terdiri dari *Opportunity* dan *Threat*. Analisis SWOT biasanya digunakan dalam menilai suatu perusahaan, caranya dengan membuat matriks antara faktor luar. Faktor luar yaitu peluang dan ancaman di sisi vertical. Faktor dalam yaitu kekuatan dan kelemahan pada sisi horizontal. Dan dalam menggunakan analisis SWOT yang terpenting yaitu dapat menghasilkan konsep atau ide bagi sebuah perancangan atau penelitian (Soewardikoen, 2021: 52). Analisis SWOT dimasukan ke dalam sebuah matriks TOWS yang disatukan dengan strategi yang bisa dilakukan berdasarkan keserasian antara SO, WO, ST, WT yang ada (Rochmawan dkk, 2021). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui faktor luar dan faktor internal dari Mts. Saiful Ulum.

3. *Customer Journey*

Customer journey merupakan konsep yang berkaitan dengan proses yang dilalui konsumen saat berinteraksi dengan suatu produk atau bisnis. Menurut Clinehens (2018:5), *customer journey* adalah alat yang digunakan untuk mengenali, menyusun, memverifikasi, dan menyebarluaskan pengalaman pelanggan. Konsep ini menggambarkan langkah-langkah yang diambil oleh pelanggan sejak pertama kali mengenal sebuah merek hingga akhirnya memutuskan untuk menggunakan produk dari merek tersebut. Bagi pelaku usaha, *customer journey* sangat berguna untuk membina hubungan dengan pelanggan setia. Dengan menganalisis *customer journey* secara menyeluruh, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang istimewa, mengetahui cara berinovasi, dan memberikan pelayanan yang lebih unggul. *Customer journey* dilakukan untuk mengetahui pengalaman alumni MTs. Saiful Ulum yang telah seperti apa sekolah tersebut.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Data Pribadi)

1.7 Pembabakan

BAB I akan memaparkan latar belakang sekolah Mts. Saiful Ulum, situasi dan kondisi Mts. Saiful Ulum saat ini, permasalahan yang ada, beserta tujuan, ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis, serta kerangka perancangan.

BAB II menjelaskan berbagai macam teori yang relevan dengan topik pembahasan untuk digunakan sebagai landasan dan pedoman penelitian dan perancangan. Teori teori yang akan digunakan adalah teori promosi, teori multimedia, teori media, teori desain komunikasi visual, dan teori videografi.

BAB III berisikan penjabaran hasil data yang diperoleh, baik data observasi, wawancara dan data kuisioner, serta kesimpulan penelitian untuk perancangan.

BAB IV menspesifikasikan tentang proses perancangan identitas visual mulai dari konsep hingga media visual yang digunakan oleh sekolah Mts. Saiful Ulum.

BAB V berisikan kesimpulan dari laporan penelitian yang telah dibuat oleh penyusun. Kelengkapan lainnya seperti saran dan pesan tentang perancangan identitas visual yang dilakukan.