



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sekolah Tanah Tingal adalah sekolah swasta berwawasan lingkungan yang didirikan pada tahun 2007 oleh almarhum Boediardjo. Sekolah ini terwujud karena cita-cita dan kepedulian beliau terhadap lingkungan. Sekolah berwawasan lingkungan ini bukan hanya mengajarkan peserta didik mengenai lingkungan, tetapi juga menerapkan aspek nilai sosial, budaya, agama, ekonomi, ilmu pengetahuan dan teknologi, dan lain sebagainya. Sekolah Tanah Tingal mempunyai program ICT (*Information and Communication Technology*) yang berguna sebagai dukungan terhadap proses pembelajaran di Sekolah Tanah Tingal.

Ditinjau dari hasil wawancara penulis terhadap Yesi Dahmayanti selaku kepala sekolah Taman Kanak-kanak (TK) dan Ahmad Qosim selaku kepala sekolah Sekolah Dasar (SD) Tanah Tingal, mengatakan bahwa presentase peserta didik baik TK atau SD mengalami penurunan dari tahun 2018 ke 2019 dengan total sebanyak 25%. Sedangkan untuk tahun 2020 Sekolah Tanah Tingal memerlukan promosi yang lebih gencar lagi dikarenakan tahun ini rencananya akan dilakukan relokasi sekolah.

Penulis juga melakukan wawancara terhadap Umu Latiefah selaku *marketing* SD Tanah Tingal di mana beliau mengatakan bahwa Sekolah Tanah Tingal memerlukan visual media promosi yang kuat karena selama ini bentuk promosi yang telah dilakukan oleh sekolah Tanah Tingal hanya berupa

informasi dari mulut ke mulut, kegiatan *open school*, bekerja sama dengan sekolah lain serta bentuk promosi melalui media *online* seperti di media sosial masih sangat kurang.

Walaupun Sekolah Tanah Tingal memiliki media sosial Sekolah Tanah Tingal, namun konten dalam media sosial tersebut hanya berupa foto-foto dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan Sekolah Tanah Tingal. Pihak *marketing* juga mengakui bahwa visual yang ditampilkan untuk konten di media sosial masih belum ada dan menurut beliau hal tersebut tidak mencerminkan ciri khas Sekolah Tanah Tingal sehingga menyebabkan masyarakat mengira bahwa Sekolah Tanah Tingal sudah tidak aktif lagi.

Menurut hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Sekolah Tanah Tingal memerlukan promosi yang lebih kuat lagi, selain karena penurunan presentase peserta didik, sekolah tersebut juga memiliki potensi tinggi terlebih ketika pada tahun 2017 Presiden Jokowi Widodo mengeluarkan peraturan menyangkut Pendidikan Karakter. Kemudian keunggulan dari Sekolah Tanah Tingal yang membuat sekolah ini memiliki potensi tinggi dan membedakan dari sekolah lain yaitu dengan adanya *multicultural*, *fun learning* dan melibatkan kedekatan guru dengan peserta didik.

Sekolah Tanah Tingal juga mendesain sendiri konsep *fun learning* yang diterapkan dalam setiap pembelajarannya sehingga dapat menjadi sebuah pembentukan karakter untuk anak. Konsep *fun learning* yang dimaksud adalah pembelajaran di Sekolah Tanah Tingal dilakukan di alam terbuka sehingga peserta didik bisa bermain sambil belajar dan juga lebih banyak praktik daripada teori, seperti kelas memasak, kelas berkebun, Pramuka, dan lain-lain.

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas serta hasil dari wawancara penulis terhadap beberapa narasumber, maka penulis akan melakukan perancangan media promosi Sekolah Tanah Tingal. Perancangan media promosi ini dilakukan agar Sekolah Tanah Tingal semakin dikenal oleh masyarakat khususnya target audiens sehingga peserta didik bisa mendapatkan pembelajaran dengan cara yang berbeda dari sekolah lain.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan media promosi Sekolah Tanah Tingal?

1.3. Batasan Masalah

Perancangan dibatasi hanya dengan melalui:

1. Media Promosi

- a. *Video profile* mengenai informasi seputar Sekolah Tanah Tingal.
- b. Media Cetak (Poster, *X-Banner* dan Brosur)
- c. *Media Online* (*Web Banner* dan *Facebook*)
- d. *Merchandise* (*Notebook* dan *Button Pin*)
- e. *Gimmick* (*Sticker Pack*)

2. Demografis

Target audiens yang dituju sebagai sasaran utama perancangan promosi Sekolah Tanah Tingal adalah:

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Target Primer : 35 – 50 tahun. Di mana pada usia tersebut merupakan usia orang tua yang memiliki anak pada tingkat taman kanak-kanak dan sekolah dasar.
Target Sekunder : 2 – 6 tahun.
- c. Status Ekonomi : Menengah atas (B+ - A) dilihat dari akreditasi A dan biaya administrasi Sekolah Tanah Tingal

3. Geografis

Sekolah Tanah Tingal berada di Tangerang Selatan. Penulis memilih wilayah Tangerang Selatan karena orang tua cenderung memilih sekolah yang berlokasi dekat dengan tempat tinggal.

4. Psikografis

Orang tua yang memiliki perspektif berbeda terhadap dunia pendidikan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan masalah di atas, tujuan yang akan dilaksanakan adalah merancang media promosi Sekolah Tanah Tingal agar meningkatkan *awareness* orang tua yang berumur 35-50 tahun terhadap keberadaan sekolah tersebut.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Penulis

Penulis dapat menambah ilmu dalam proses perancangan media promosi pada suatu produk atau jasa. Baik dalam segi visual, teori-teori yang ada serta cara efektif dalam promosi dan menjadikan proses perancangan ini sebagai *portfolio*.

2. Orang Lain

Perancangan media promosi ini berguna untuk masyarakat agar mengetahui keberadaan Sekolah Tanah Tingal sehingga dapat dijadikan sebuah pilihan yang tepat untuk tempat bernaung anak dalam dunia pendidikan khususnya terhadap orang tua yang memiliki anak di usia wajib sekolah.

3. Universitas

Manfaat untuk Universitas adalah diharapkan menjadi referensi dan membantu dari segi ilmu pengetahuan untuk mahasiswa atau mahasiswi

Universitas Multimedia Nusantara khususnya prodi Desain Komunikasi
Visual yang ingin mengambil judul serupa.