



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 III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini, penulis akan menggunakan metode riset menurut Sarwono (2006) sebagai penunjang latar belakang. Penulis menggunakan metode penelitian campuran atau *hybrid*. Pengumpulan data yang menggunakan metode kualitatif, seperti wawancara, observasi, *focus group discussion*, studi pustaka, dan studi eksisting serta akan disusul kuesioner sebagai data kuantitatif. Pengumpulan data tersebut disertai dengan proses dokumentasi lapangan. Dengan menggunakan metode ini, penulis bisa mendapatkan informasi yang lebih spesifik.

3.1.1. Wawancara

3.1.1.1. Dwi Haryanti

Sarwono (2006), metode wawancara dimulai dari tempat yang di observasi, yaitu Rumah Karakter Melati, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang saling berkaitan, mulai dari pusat hingga konsumen secara langsung (hlm. 226). Sedangkan menurut Wheeler (2009) metode pengumpulan data dengan cara wawancara atau *one-on-one interviews*, penulis bisa secara mendalam mengetahui organisasi atau perusahaan tersebut, dengan pemimpin dan juga orang yang terlibat didalamnya serta informasi yang didapatkan juga lebih lengkap (hlm. 124).



Gambar 3.1. Wawancara dengan Ibu Dwi Haryanti,S.Pd.I

Penulis melakukan wawancara dengan kepala sekolah yang bernama Dwi Haryanti, selaku pemilik Rumah Karakter Melati. Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 14 Februari 2020, bertempat di Sekolah PAUD Melati, Pasir Jaya, Jatiuwung, Tangerang, Banten pada pukul 10.00 hingga 12.00. Wawancara ini memberikan informasi mengenai Rumah Karakter Melati, sebagai berikut:

Rumah Karakter Melati berdiri pertama kali pada tahun 2010 dan turun izin dari dinas pendidikan pada tahun 2011. Berawal dari Kader PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) dan bina wilayah dari desa. Ibu Dwi Haryanti selaku ketua Program Pendidikan dan Keterampilan dan Pengembangan (POKJA) 2 di desa yang bergabung di Kadar PKK, disarankan oleh Bina Wilayah Kabupaten untuk membuat sebuah PAUD di daerah tersebut dikarenakan belum ada PAUD di daerah Rancagong khususnya di desa Cadas. Awal terbentuknya PAUD belum ada pengajar yang berpendidikan stara S1, semua murni dari Kader PKK. Seiring berjalannya waktu, para pendidik diarahkan untuk mengikuti pengajaran lebih seperti *workshop* dan pelatihan

bahkan kuliah kembali hingga meraih S1 Manajemen PAUD. Hal tersebut meningkatkan kualitas dari PAUD dan meningkatkan kompetensi pendidik.

Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) adalah suatu cita-cita yang ingin ditingkatkan oleh Ibu Dwi Haryanti. Rumah Karakter Melati sudah memiliki akreditasi dan menurut Asesor Badan Akreditasi Nasional, Rumah Karakter Melati bisa ditingkatkan dari Satuan PAUD Sejenis (SPS), menjadi TK. Hal tersebut didukung dari fasilitas, seperti alat permainan *indoor* dan *outdoor* yang memadai, fasilitas pendidikan, dan kualitas pendidikan serta pengajaran yang sangat memungkinkan Rumah Karakter Melati berkembang.

Rumah Karakter Melati memiliki *value* yang mendukung PAUD untuk menciptakan anak didik yang berkualitas dan siap menempuh pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Para guru juga dituntut untuk kreatif dalam sistem pengajaran dan ketenagakerjaan, contohnya seperti membuat kerajinan tangan untuk di ruangan kelas, dan menghias ruangan kelas anak sehingga menjadi lebih menarik. (gambar) Kegiatan ini hanya dimiliki oleh Rumah Karakter Melati. Kualitas tersebut didukung dengan adanya pelatihan atau les tambahan untuk anak-anak yang ingin meningkatkan kemampuan atau potensi yang dimiliki pada anak. Pengajaran yang dilakukan seperti membaca, berhitung, dan menulis. Selain pendidikan dan cara pengajaran yang berbeda dengan PAUD lainnya, anak didik juga diberikan fasilitas berupa *check up* kesehatan rutin. Penilaian intensif dari Asesor Badan Akreditasi Nasional

mengatakan bahwa Rumah Karakter Melati merupakan SPS terbaik yang pernah ada.

Kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa Rumah Karakter Melati memiliki peluang yang besar untuk berkembang dan menjadi sebuah *platform* pendidikan yang lebih maju. Dengan banyaknya faktor pendukung, Rumah Karakter Melati bukan hanya bisa sebagai sekolah unggulan tetapi sebagai wadah bisnis waralaba dan menjadi sekolah yang lebih maju dan berkembang.

3.1.1.2. Lilis

Penulis melakukan wawancara dengan orang tua yang tidak menyekolahkan anaknya di Rumah Karakter Melati. Beliau adalah orang tua atau narasumber yang menyekolahkan anaknya di sebuah PAUD di Tangerang. Penulis mewawancarai beliau untuk mendapatkan sudut pandang mengenai pandangan pentingnya pendidikan anak usia dini dan mengetahui standar kualitas PAUD terbaik.

Beliau mengemukakan bahwa pentingnya pendidikan anak usia dini bagi buah hatinya. Kriteria yang diinginkan dan cocok bagi beliau adalah PAUD yang memiliki akreditasi dan fasilitas yang mumpuni, sesuai ajaran agama kepercayaan sendiri tentunya. Selain itu faktor pendukung lainnya adalah suasana kelas yang nyaman dan lingkungan sekolah yang mempunyai dampak positif baik untuk pribadi anak maupun perkembangan motorik anak. Persepsi awal memilih pendidikan anak yaitu untuk membentuk kepribadian anak sejak

dini dan meningkatkan kemampuan anak untuk tahapan ke jenjang pendidikan selanjutnya.

3.1.2. Observasi

Penulis melakukan observasi langsung ke lokasi, yaitu Rumah Karakter Melati yang berada di Jalan Cadas, Desa Rancagong, Kabupaten Tangerang, Banten.



Gambar 3.2. Halaman Depan Rumah Karakter Melati

Penulis mengamati bahwa para murid yang datang sudah terbiasa dan memiliki karakter yang sopan seperti memberi salam kepada guru-guru walaupun belum memulai pembelajaran. 90% dari 100% para murid sudah terbiasa menaruh tas mereka di dalam kelas dengan rapih dan sesuai dengan kursi mereka masing-masing. Selain itu, guru senantiasa mendidik murid baru yang baru masuk jika ada murid yang belum paham akan kebiasaan baik tersebut. Murid langsung bergegas menggunakan *Mukena* (bagi yang beragama Muslim) untuk melakukan *Shalat Iqro*.



Gambar 3.3. Situasi Salat Dhuha Para Murid

Murid dan guru juga mengenakan seragam sesuai dengan hari yang telah ditentukan. Kemudian mengenai fasilitas yang ada sudah sangat cukup untuk standar SPS alat permainan *indoor* dan *outdoor* yang layak untuk digunakan para murid.



Gambar 3.4. Belajar dengan Media dan Seragam Lengkap

Gambar pada 3.5 menunjukkan bahwa segala fasilitas seperti media pendukung alat musik, mainan tradisional, dimiliki oleh Rumah Karakter Melati. Penyeragaman yang dikelola sedemikian rupa oleh kepala sekolah, dibantu oleh para guru, membuat Rumah Karakter Melati sangat memiliki *value* yang mumpuni untuk berkembang. Membuat ciri khas tersendiri dibanding PAUD lainnya. Tidak hanya itu, perbedaan harga yang jauh lebih murah daripada PAUD lain juga membuat PAUD menjadi salah satu sekolah yang istimewa.



Gambar 3.5. Situasi Belajar dengan Media Alam

Rumah Karakter Melati juga menggunakan alam sekitar sebagai media belajar yang menarik untuk para anak didiknya. Seperti gambar 3.3, terlihat bahwa para murid menggunakan daun sebagai media belajar mereka.



Gambar 3.6. Fasilitas *outdoor* PAUD Melati

Kesimpulan dari observasi lapangan, Rumah Karakter Melati sudah memiliki keunggulan dan peluang yang besar untuk berkembang. Dari observasi, penulis mengetahui kebutuhan dan program kerja berkelanjutan yang ingin

dikembangkan. Kebutuhan yang dibutuhkan adalah sebuah citra yang lebih menjual dan menonjol serta pembaharuan logo. Mendirikan gedung sekolah yang menunjang pendidikan untuk tingkat PAUD dan sejenisnya. Selain itu, suasana interior yang belum terlalu menggunakan ciri khas dari sebuah PAUD, yang menunjang kredibilitas dan semangat murid untuk menimba ilmu di Rumah Karakter Melati.

3.1.3. Analisis Data

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, penulis mendapat kesimpulan bahwa citra yang dimiliki Rumah Karakter belum kuat dan cukup menjual. Pada dasarnya, karakter yang dibuat harus kuat dan memiliki ciri khas sesuai *value*. Fondasi ini seperti halnya pendidikan anak usia dini yang dipercayai para orang tua sebagai pendidikan perdana bagi buah hatinya.

Menurut hasil survei penulis, menyatakan bahwa Rumah Karakter memerlukan pembaharuan identitas *brand* dengan konsep sesuai dengan karakter dan kelebihan yang dimiliki, sehingga mencerminkan ciri khas dari Rumah Karakter Melati. Perancangan ini dilakukan dengan harapan Rumah Karakter dapat berkembang pesat dengan bantuan dana dari para investor melalui identitas merek sesuai dengan *value* yang dimiliki.

3.1.3.1. Analisis Logo PAUD Melati

Terbentuknya sebuah PAUD tidak lepas dari identitas visual yang dimiliki oleh sebuah *brand* tersebut, Rumah Karakter Melati juga memiliki logo yang memiliki arti tersendiri. Logo dibuat oleh sebuah percetakan yang terletak di

Curug, Tangerang. Berikut logo dari Rumah Karakter Melati seperti pada gambar 3.7.



Gambar 3.7. Logo PAUD Melati

logo PAUD memiliki 5 sudut yang menggambarkan Sila Pancasila. Selain itu terlihat ada 2 orang anak, satu perempuan dan satu laki-laki. Hal tersebut memberikan makna bahwa tidak ada perbedaan gender dalam proses pengajaran, dan laki-laki maupun perempuan diperbolehkan untuk masuk ke dalam PAUD Melati. Buku yang tertera diatas bukan sebagai tuntutan murid untuk membaca, menulis, dan berhitung, melainkan buku yang memiliki 6 aspek perkembangan motorik bahwa barang siapa yang menimba ilmu di Rumah Karakter Melati, maka murid akan senantiasa berkembang dari 6 aspek motorik yang dimiliki anak usia *Golden Age*. Logo dibuat dengan waktu dan kondisi yang sangat mendadak dan tidak sesuai dengan kriteria logo yang baik menurut buku yang dibuat oleh Sean Adams, Noreen Morioka, dan Terry Stone.

Kesimpulan dari analisis logo diatas adalah penulis perlu melakukan perancangan ulang logo yang sesuai untuk PAUD Melati agar terpancar *value* yang dimiliki oleh PAUD sehingga dapat berkembang dan membuat persepsi baru didalam diri masyarakat sesuai dengan karakter dan *value* yang dimiliki.

3.1.3.2. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil penelitian penulis menemukan informasi mengenai SWOT pada Rumah Karakter Melati untuk menemukan keunggulan dan kelemahan dari *brand*, antara lain:

1. *Strength* (Kekuatan)

Rumah karakter Melati adalah PAUD satu-satunya yang menyebut dirinya adalah sebuah “Rumah Karakter”. Berlandasan niat untuk menyekolahkan anak yang tidak dapat menerima pendidikan usia dini dengan adanya program sekolah gratis. Guru-guru sudah memiliki sertifikat NUPTK dan cara pengajaran yang diutamakan adalah *heart to heart* sehingga pendekatan kepada murid lebih terjamin.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Rumah Karakter Melati belum memiliki logo yang mencerminkan jati diri sebuah PAUD yang berkualitas. Selain itu Rumah Karakter Melati belum memiliki tempat yang luas untuk menampung anak murid yang banyak. Dinding ruangan kelas belum memiliki dekorasi yang menarik.

3. *Opportunities* (Peluang)

Jika Rumah Karakter Melati melakukan perancangan *brand identity* dan membuat logo serta memperbaiki citra sesuai dengan *value* maka kesempatan berkembang menjadi sebuah PAUD bahkan yayasan lebih besar, seperti yang diharapkan oleh Ibu Dwi Haryanti.

4. *Threads* (Ancaman)

Investor tidak percaya akan *value* yang dimiliki oleh Rumah Karakter Melati karena citra yang keluar dari *brand* tidak tampak menonjol.

3.1.3.3. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting untuk mencari acuan sebagai referensi atau tolak ukur perancangan Rumah Karakter ini. Bagaimana pembuatan logo yang baik untuk identitas visual Rumah Karakter Melati. Studi eksisting menggunakan acuan beberapa sekolah yang dianggap memiliki identitas visual lebih menarik sekaligus dapat terlihat perbedaan yang cukup menonjol. Klasifikasi yang dibuat berupa harga, kualitas logo, ciri khas, lokasi, dan Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) yang digunakan pada setiap sekolah. Selama ini, Rumah Karakter Melati mengeluarkan logo dari sebuah percetakan secara mendadak karena keterbatasan waktu peresmian sekolah. Berikut penulis menampilkan tabel dalam melakukan studi eksisting dari berbagai kompetitor, yaitu Kidea Preschool & Kindergarden, Turot Time, Islamic Village, dan Al-Azhar.

Tabel 3.1. Studi Eksisting Identitas Visual Kompetitor

| | Kidea | Tutor Time | Islamic Villge | Al-Azhar | PAUD Melati |
|---------------|--|---|--|---|---|
| Logo |  |  |  |  |  |
| jenis logo | Campuran | Logotype | logogram | Campuran | Campuran |
| Tahun Berdiri | 2009 | 1996 | 1974 | 1952 | 2010 |
| Ciri khas | Metode Montessori (Penyesuaian lingkungan belajar anak dengan tingkat perkembangannya) | <i>childhood education specialist</i> sejak tahun 1996 | membina generasi islam yang taqwa, cerdas, kreatif dan mandiri | Mencerdaskan kehidupan bangsa yang moderen melalui agama | Meningkatkan kualitas penerus bangsa melalui pribadi yang berkarakter |
| Lokasi | Daerah kota | Daerah terpencil | Daerah Sub-Urban | daerah Sub-Urban | daerah Sub-Urban |
| SPP/Bulan | Rp. 4.350.000,- | Rp. 16.000.000,- | Rp. 800.000,- | Rp 1.250.000,- | Rp. 45.000,- |
| Fasilitas | Lengkap | Lengkap | Lengkap | Lengkap | Lengkap |
| KBM | campuran K13&2006 tidak ada ekstrakurikuler. | campuran K13&2006 tidak ada ekstrakurikuler dan les. | campuran K13&2006 ada ekstrakurikuler | campuran K13&2006 ada pengembangan bakat minat | campuran K13&2006 ada les private. |

Pada penelitian studi eksisting ini terbukti bahwa kompetitor memiliki keterbacaan yang baik sehingga tercipta juga sebuah *emphasis* pada logo. Menurut Kotler (2002) *Brand image* adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seorang terhadap suatu merek. Maka PAUD Melati tidak akan berkembang jika terus menerus logo yang belum mumpuni ini dibiarkan. Dilihat dari ciri khas,

PAUD cukup mumpuni untuk dikembangkan dan direalisasikan menjadi bentuk logo visual yang lebih menarik.

3.1.4. Focus Group Discussion (FGD)

Pada perancangan kali ini, perlu dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengetahui kondisi dan persepsi masyarakat tentang Rumah Karakter Melati. *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan kepada sebelas orang wali murid, pada hari Rabu, tanggal 26 Februari 2020 pukul 9.30-10.30 WIB dan bertempat di Rumah Karakter Melati, Desa Cadas, Tangerang. Materi yang akan dibahas pada FGD ini berkaitan dengan standar PAUD yang diharapkan oleh para orang tua murid. Harapan yang diinginkan oleh orang tua murid ketika anaknya sekolah di PAUD Melati dan harapan untuk PAUD Melati kedepannya.



Gambar 3.8. Foto Bersama Orang Tua Wali saat FGD

Sebelum melakukan FGD, penulis mempersiapkan materi yang akan dibawakan pada saat FGD. Berdasarkan teori pada buku yang dirangkum oleh Suyadi (2015) masa kanak-kanak adalah dari kehidupannya secara keseluruhan.

Dipersiapkan untuk menghadapi kehidupan yang akan datang, menimba potensi secara optimal. Sama halnya yang disampaikan oleh wali murid yang bernama Ibu Riska, bahwa pendidikan anak usia dini itu penting dan wajib diterapkan kepada anak-anak karena akan digunakan dan dirasakan sendiri manfaatnya ketika anak beranjak ke pendidikan yang lebih tinggi, yaitu SD. “PAUD itu membuat anak saya menjadi nyaman dan rileks menerima pelajaran dengan menggunakan metode belajar sambil bermain” kata Ibu Riska selaku wali murid. Adapun wali murid, Ibu Nana berkata bahwa PAUD adalah sarana pendidikan awal yang dapat mengembangkan enam motorik anak.

Pertanyaan kedua dibahas mengenai mengapa harus Rumah Karakter Melati, dan cara orang tua memilih PAUD yang tepat untuk buah hatinya. Jawaban yang saya rangkum dari FGD tersebut bahwa yang terpenting adalah kurikulum kegiatan belajar mengajar, bagaimana pendekatan guru dengan murid, serta jarak yang dekat dengan rumahnya. Menurut para orang tua murid, fasilitas adalah sebuah pertimbangan yang minor. Bukan berarti, Rumah Karakter Melati memiliki fasilitas yang kurang, akan tetapi cukup dan memadai sesuai dengan target. Cara menentukan PAUD yang tepat menurut para orang tua, yaitu dengan cara meneliti dengan datang dan mengadakan sesi diskusi atau tanya jawab dengan kepala sekolah serta menanyakan program pengajaran/ kurikulum yang diajarkan. Adapun cara lain, yaitu dengar dari sebatas mulut ke mulut saja. Rumah Karakter Melati tidak pernah melakukan penyebaran brosur atau media lainnya, akan tetapi tetap disukai oleh orang tua karena sistem kegiatan belajar mengajarnya (KBM) yang sangat unggul.

Berlanjut ke sesi diskusi dan pertanyaan lain, yaitu PAUD seperti apa yang ideal menurut para orang tua. PAUD ideal adalah PAUD yang ikut bekerja sama dengan instansi terkait seperti kesehatan (puskesmas), melibatkan seluruh dan mengoptimalkan segala aspek kependidikan. Bisa disebutkan bahwa kesimpulan dari FGD kali ini bahwa Rumah Karakter Melati sudah sangat layak bagi para murid dan begitu pula dengan orang tua yang tidak menyekolahkan buah hatinya di Rumah Karakter Melati, menyebutkan bahwa Rumah Karakter Melati sudah memenuhi standar pendidikan dan berkualitas untuk para murid.

3.2. Metodologi Perancangan

Pada perancangan identitas visual ini, penulis menggunakan metode atau tahapan dari sumber buku yang ditulis oleh Wally Olins berjudul *Brand New: The shape of Brands to Come*. Tertulis dalam bukunya bahwa terdapat 4 tahapan dalam merancang sebuah identitas visual untuk mendapat hasil yang unik dan maksimal, yaitu sebagai berikut:

4. Opportunity (Peluang)

Banyak peluang atau kemungkinan yang muncul disekitar jika kita mau mencari dan menyelidiki lebih dalam. Seperti perancangan yang diteliti penulis, jika mau menyelidiki atau *research*, banyak peluang dan kelebihan tentang Rumah Karakter Melati.

5. Personality (Kepribadian)

Semua *brand* yang hebat memiliki kepribadian/jati diri jika dapat menutup mata dan memvisualisasikannya dengan mudah. Bukan hanya dari visual yang dramatis atau berupa simbol, tetapi mengungkapkan ekspresi menggunakan ide

yang jelas. Maka penulis dapat menyusun strategi dengan ditekankan pada pembuatan visual yang mengutamakan ciri khas dari *si value* yang dimiliki, sehingga mencerminkan kepribadian dari *brand* PAUD Melati.

6. *Credibility* (Kredibilitas)

Pada metode kali ini, *brand* harus dibentuk berdasarkan siapa, dimana, berapa, dan kelebihan serta kekurangan dari sebuah merek. Penulis tidak diperbolehkan menutupi identitas dari sebuah merek. Penulis diarahkan untuk membangun Rumah Karakter Melati berdasarkan fakta dan *value* nyata yang dimiliki.

7. *Serendipity* (kebetulan)

Penulis harus berada di tempat, waktu, dan pemaparan sebuah *brand* yang tepat. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melihat peluang yang dimiliki oleh *brand* dari Rumah Karakter Melati itu sendiri