

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Provinsi Jawa Tengah memiliki ibu kota yaitu Semarang. Menurut Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Semarang, Semarang merupakan kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia dari Surabaya, Jakarta, Bandung, dan Medan, dengan penduduk yang tercatat sebanyak 1.685.909 jiwa. Berdasarkan data yang didapatkan melalui Silaga Semarang Kota, rata-rata rentang usia penduduk Semarang yang sudah berkeluarga adalah usia 30—34 tahun (Silaga, 2019). Kemudian Badan Pusat Statistik Kota Semarang menyatakan pada tahun ajaran 2019/2020, jumlah sekolah tingkat SMP di Kota Semarang berjumlah 188 sekolah dan pada tahun ajaran 2020/2021, jumlah sekolah tingkat SMP Kota Semarang meningkat menjadi 192 sekolah (BPSKS, 2021).

Salah satu Sekolah Menengah Pertama di kota Semarang yang penulis angkat sebagai topik Tugas Akhir adalah SMP Theresiana Tanah Mas Semarang yang sudah berdiri sejak 1957 dan merupakan Sekolah Menengah Pertama dengan akreditasi A. Sekolah ini memiliki *tagline* “Sekolahku Rumahku Keluargaku Memberi Hati” dimana mereka sangat menjunjung tinggi hubungan antar guru dan murid yang sesuai dengan *tagline*. Sekolah ini menerapkan sistem pembelajaran dengan *Project-Based Learning*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada kepala sekolah, sekolah telah menerapkan pembelajaran berbasis PjBL dengan nama *project and experiential learning* sejak tahun 2017 yang meliputi 4 fase: Aktivitas – Refleksi – Konsep – Aplikasi.

*Project and experiential learning* ini merupakan *unique selling point* dari SMP Theresiana Tanah Mas Semarang, *Project* ini memiliki dasar *learning to know, learning to do, learning to live together, dan learning to be*. Siswa akan di dorong untuk menjadi pribadi yang kreatif, eksploratif, dan integral. Pjbl yang diterapkan sekolah ini yaitu *project* kolaborasi dari beberapa mata pelajaran, kemudian sekolah membentuk kelompok yang terdiri dari beberapa murid dan didampingi oleh guru pembimbing, berbeda dengan PjBL yang biasa diterapkan

dalam Kurikulum Merdeka, dimana setiap pelajaran memiliki satu *project*. Contoh *project* yang dilakukan adalah kewirausahaan yang dilaksanakan oleh seluruh angkatan dalam beberapa kelompok siswa mereka akan belajar bagaimana berniaga, mengenal pasar, dan presentasi di depan investor.

Berdasarkan penelitian dari Retnaning Tyas (2017), penerapan PjBL bisa gagal jika tenaga pengajar yang kurang mampu menyesuaikan diri dengan sistem pembelajaran PjBL, karena tidak mudah bagi mereka untuk memosisikan diri sebagai motivator dan fasilitator. Hal ini juga didukung hasil wawancara dengan kepala Sekolah SMP Theresiana yang menyatakan “Tidak semua sekolah dapat menerapkan sistem ini, tergantung sekolahnya karena harus disesuaikan dengan kemampuan sekolah tersebut”. Maka kemampuan sekolah sangat mempengaruhi keberhasilan penerapan PjBL. Berdasarkan data pendukung yang diambil dari hasil wawancara dengan Kepala Sekolah SMP Theresiana Tanah Mas Semarang, menyatakan PjBL di sekolah sudah berjalan dengan baik dan efektif karena tidak adanya kendala selama menerapkan PjBL. Ini menunjukkan bahwa SMP Theresiana berhasil menerapkan sistem pembelajaran PjBL sejak tahun 2017—2023.

Walaupun SMP Theresiana Tanah Mas dapat menjalankan PjBL dengan efektif, tidak terjadi penambahan jumlah peserta didik baru yang signifikan. Permasalahan yang di temui berdasarkan wawancara dengan Kepala Sekolah SMP Theresiana Tanah Mas adalah media promosi yang kurang berjalan dengan baik karena kurangnya *resource* sekolah dalam mempresentasikan media visual yang baik, desain yang ditampilkan oleh pihak sekolah kurang menonjolkan sisi keunikan atau cirikhas sekolah seperti tidak menampilkan identitas logo dan supergrafis sebagai cirikhas sekolah, sehingga dinilai kurang menarik perhatian masyarakat “kami hanya mengandalkan foto dan *caption* apa adanya tanpa menambah elemen desain lain” sehingga *engagement* sekolah menurun. Menurutnya “Promosi itu penting, karena jika informasi tentang sekolah dapat tersebar dengan baik dan efektif kepada masyarakat Semarang, maka akan menaikkan *awareness* mereka terhadap SMP Theresiana Tanah Mas Semarang”,

sebaliknya jika promosi tidak dilakukan dengan baik maka sekolah akan mengalami masalah seperti contoh, kebangkrutan.

Menurut Dr. Fandy Tjiptono (2015:387), promosi merupakan komunikasi dalam pemasaran yang dilakukan untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan target akan *brand* yang dipromosikan, maka promosi itu penting dalam pemasaran. Dalam kegiatan promosi perlu diperhatikan juga identitas visual, menurut penelitian dari Princeton University, seseorang hanya memerlukan 0,1 detik untuk membentuk penilaian terhadap apa yang mereka lihat. Itu yang menjadi faktor penting mengapa identitas visual itu penting, jika representasi visual yang dilihat mereka tidak menarik maka akan menurunkan tingkat kepercayaan audiens terhadap sesuatu yang ditawarkan dan menganggapnya tidak kredibel.

Berdasarkan penjabaran masalah di atas maka penulis merancang media promosi sekolah untuk memperkenalkan SMP Theresiana Tanah Mas Semarang lebih luas kepada masyarakat Semarang.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat masalah yang dapat disimpulkan oleh penulis, yaitu:

1. Promosi SMP Theresiana Tanah Mas Semarang kurang berjalan dengan baik.
2. Kurangnya kemampuan sekolah dalam mempresentasikan media visual yang baik sehingga *engagement* sekolah menurun.

Dengan kesimpulan masalah di atas dapat ditemukan rumusan masalah yaitu:

Bagaimana perancangan media promosi SMP Theresiana Tanah Mas Semarang?

## 1.3 Batasan Masalah

### 1. Demografis

- Usia : 40-45 tahun
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- *Social Economic Status* (SES) : B—A

- Bahasa: Indonesia

## **2. Geografis**

Jawa Tengah, Semarang Utara khususnya daerah Tanah Mas.

## **3. Psikografis**

- Masyarakat Semarang yang sedang mencari sekolah swasta daerah Tanah Mas.
- Masyarakat Semarang yang sudah mengetahui SMP Theresiana Tanah Mas Semarang namun belum mengetahui sistem pembelajarannya.
- Masyarakat Semarang yang masih ragu untuk daftar ke SMP Theresiana Tanah Mas Semarang.

### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dalam perancangan desain media promosi bagi Sekolah Menengah Pertama Theresiana ini antara lain, membantu pihak sekolah dalam menyebarkan promosi sekolah dengan baik kepada target audiens. Kemudian membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk perancangan desain media promosi.

### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi sekolah, bagi orang lain dan bagi universitas.

#### **1) Penulis**

Penulis mendapatkan pelajaran terhadap bagaimana memecahkan suatu masalah dalam bentuk desain, penulis juga menerapkan seluruh materi atau ajaran yang penulis dapatkan selama perkuliahan ke dalam sebuah desain, serta membantu membuat pola pikir penulis menjadi kritis, peduli, bertanggung jawab, dan terampil.

#### **2) Sekolah**

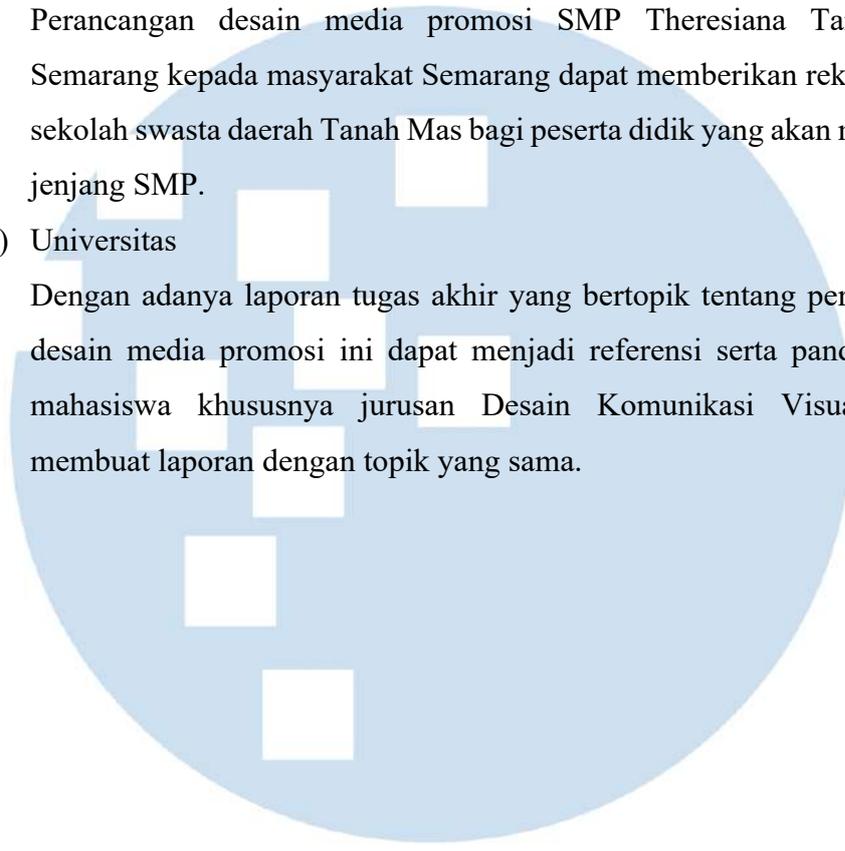
Dengan adanya perancangan media promosi SMP Theresiana Tanah Mas Semarang dapat menaikkan jumlah peserta didik baru.

### 3) Masyarakat

Perancangan desain media promosi SMP Theresiana Tanah Mas Semarang kepada masyarakat Semarang dapat memberikan rekomendasi sekolah swasta daerah Tanah Mas bagi peserta didik yang akan memasuki jenjang SMP.

### 4) Universitas

Dengan adanya laporan tugas akhir yang bertopik tentang perancangan desain media promosi ini dapat menjadi referensi serta panduan bagi mahasiswa khususnya jurusan Desain Komunikasi Visual dalam membuat laporan dengan topik yang sama.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' and 'M' inside a circle, with the letters 'U', 'M', and 'N' arranged vertically.

# UMMN

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A