

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, untuk berkompetisi, beradaptasi, dan terhubung dengan dunia internasional, suatu individu perlu memiliki penguasaan terhadap berbagai macam keterampilan. Salah satu keterampilan penting tersebut merupakan penguasaan bahasa asing yang didukung fakta bahwa bahasa asing seperti bahasa Inggris dan bahasa Mandarin telah menjadi pelajaran wajib dan ekstrakurikuler di berbagai sekolah mulai dari TK hingga SMA dengan harapan memberi generasi muda kesempatan untuk bersaing di dunia internasional. Sebagaimana data dipaparkan oleh Databoks, Tiongkok telah menjadi investor terbesar kedua di Indonesia pada tahun 2022, hanya di bawah Singapura. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) melaporkan bahwa investasi Tiongkok ke Republik Indonesia akan mencapai US\$5,18 miliar pada tahun 2022. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa semakin besar peluang untuk mengembangkan karir seseorang dengan penguasaan bahasa Mandarin.

Namun keterampilan berbahasa Mandarin di Indonesia masih menghadapi beberapa tantangan yang menyebabkan tingkat penguasaan bahasa ini relatif rendah di kalangan masyarakat seperti kekurangan tenaga pengajar bahasa Mandarin yang memenuhi kualifikasi di sekolah dan perguruan tinggi (UI, n.d.). Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa motivasi mahasiswa dalam mempelajari bahasa Mandarin relatif rendah dikarenakan faktor-faktor seperti kesulitan dalam pengucapan nada, perbedaan struktur bahasa, dan metode pembelajaran bahasa Mandarin (Neliti, 2021). Keterbatasan fasilitas dan sumber belajar juga menjadi tantangan dalam peningkatan keterampilan bahasa Mandarin di Indonesia (Universitas Pahlawan, 2022).

Wuxian Institute merupakan institusi yang menyediakan jasa kursus bahasa Mandarin dan konsultasi beasiswa ke negara China, Wuxian memiliki visi dan misi bagi pelajar dan tenaga kerja di Indonesia untuk menciptakan wadah yang

dapat memudahkan dalam mengakses jalur pendidikan tinggi serta berbagai kesempatan lowongan kerja di negara Tiongkok. Selain itu, Wuxian Institute memiliki tenaga pengajar dengan keterampilan yang tinggi dikarenakan latar belakang pendidikan tinggi dari berbagai universitas China. Namun, berdasarkan penelitian penulis, Wuxian Institute belum dapat memanfaatkan penggunaan promosi secara maksimal yang dapat dilihat dari pengaplikasian warna brand berupa hitam dan emas yang belum konsisten pada sosial media serta pengaplikasian aspek lainnya yang membentuk suatu promosi. Hal ini menjadi hambatan bagi perkembangan Wuxian Institute dalam meningkatkan brand awareness dan meningkatkan jumlah murid yang bergabung.

Dalam buku "Marketing Management" edisi ke-15 (2015), Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan bahwa media promosi adalah alat atau jalur yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada khalayak sasaran. Selain itu, Rhialdi dan Widya (2020) juga menjelaskan bahwa dalam era globalisasi, penting untuk merancang strategi promosi *brand* melalui penggunaan sosial media *marketing*, yang memuat sebuah media yang dapat digunakan untuk membangun hubungan dan koneksi secara online tanpa batasan ruang dan waktu. Fungsi dari sosial media marketing meliputi bagaimana suatu *brand* dapat membagikan informasi, memuat gambar dan video yang penting yang dapat dimanfaatkan sebagai promosi untuk peningkatan awareness dan penjualan kepada target audiens dari *brand* tersebut.

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, penulis merasa perlu melakukan perancangan promosi Wuxian Institute dengan media sosial sebagai media utama dari promosi yang dapat membantu Wuxian Institute mengedukasi mengenai pentingnya penguasaan bahasa Mandarin, meningkatkan brand awareness masyarakat terhadap keberadaan Wuxian Institute, dan meningkatkan jumlah murid yang bergabung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang akan diangkat adalah sebagai berikut:

1. Masalah sosial: Masyarakat yang masih kesulitan mempelajari bahasa Mandarin secara optimal dan stigma negatif dalam mempelajari bahasa Mandarin sehingga menyebabkan penguasaan bahasa Mandarin yang relatif rendah.
2. Masalah desain: Wuxian Institute yang belum dapat membangun *brand image* melalui penggunaan warna dan aspek promosi lainnya secara konsisten pada media promosi.

Dari masalah diatas, penulis memutuskan rumusan masalah dari perancangan sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* dan jumlah murid dari Wuxian Institute?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang dapat disimpulkan untuk mempermudah fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Objek Perancangan: Objek media informasi yang akan dilakukan melingkupi perancangan berbagai media promosi yang mencakup media digital dan media konvensional seperti baliho, brosur, dll.
2. Target STP: Target dalam perancangan ini adalah semua jenis kelamin, semua etnis dan agama, masyarakat berusia 16-25 tahun, pendidikan minimal SMA, SES B-A3, dan berdomisili di Jakarta. Perancangan ini akan menargetkan individu yang memiliki ketertarikan mempelajari bahasa Mandarin serta memiliki kesadaran akan pentingnya penguasaan bahasa Mandarin di era globalisasi
3. Konten Perancangan: Topik atau isi yang akan diangkat adalah hal-hal yang berhubungan dengan Wuxian Institute dan hal-hal menarik yang berhubungan dengan negara China atau bahasa Mandarin.

### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan akhir dari penulisan penelitian ini adalah merancang promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan jumlah murid yang bergabung dengan Wuxian Institute.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan promosi untuk Wuxian Institute memiliki manfaat yang beragam bagi banyak pihak. Pihak-pihak tersebut meliputi penulis atau mahasiswa, orang lain, dan Universitas Multimedia Nusantara.

### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan jumlah murid pada Wuxian Institute, melalui perancangan media promosi yang strategis. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kekayaan ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang dapat menjadi referensi khususnya bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan media promosi untuk *brand* kursus bahasa Mandarin.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain mengenai pilar informasi Desain Komunikasi Visual (DKV), terutama dalam perancangan media promosi. Hasil perancangan media promosi Wuxian Institute dapat membantu *brand* dalam meningkatkan penjualan, *brand awareness*, serta membantu menyelesaikan masalah sosial berupa masyarakat yang mempunyai tantangan dan kesulitan dalam mempelajari bahasa Mandarin.

