

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah sekolah di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring berjalaninya waktu. Berdasarkan data Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek), pada tahun ajaran 2023/2024 tercatat sebanyak 436.707 sekolah di seluruh Indonesia, meningkat dibandingkan tahun ajaran sebelumnya yang berjumlah 399.376 sekolah. Kondisi ini berdampak pada semakin ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan, khususnya sekolah swasta (Aulia, 2021, h.1579). Hal tersebut juga terlihat di Kota Pontianak, yang pada tahun 2023 memiliki 120 Taman Kanak-Kanak (TK) dengan 115 diantaranya berstatus swasta, serta 170 Sekolah Dasar (SD), di mana 57 di antaranya merupakan sekolah swasta (Kemendikbud, 2023). Situasi tersebut menunjukkan bahwa sekolah swasta di Kota Pontianak berada dalam lingkungan kompetitif yang menuntut adanya keunggulan dan nilai pembeda yang jelas.

Sekolah Cahaya Mentari merupakan salah satu sekolah swasta di Kota Pontianak yang berada di bawah naungan Yayasan Kasih Bunda Abadi. Sekolah ini menyelenggarakan pendidikan mulai dari jenjang Kelompok Bermain (KB) dan Taman Kanak-Kanak (TK) hingga Sekolah Dasar dengan sistem pembelajaran *Trilingual Learning* yang mencakup Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Mandarin. Sekolah ini mengombinasikan kurikulum nasional dengan berbagai kurikulum internasional serta mengusung motto “Achieving Excellence by Building Character, Emotion & Intelligence.”

Namun, berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan, Sekolah Cahaya Mentari Pontianak masih menghadapi permasalahan pada aspek identitas visual. Ditemukan penggunaan beberapa versi logo yang berbeda pada berbagai media, baik pada media digital maupun media cetak. Selain itu, terdapat dua penyebutan nama sekolah, yaitu “Sekolah Cahaya Mentari” dan “Sunshine School,”

yang digunakan secara bersamaan dan muncul pada beberapa versi logo. Kondisi ini menunjukkan belum adanya sistem identitas visual yang terkelola secara konsisten. Menurut Sayatman et al. (2021, h.15), penggunaan lebih dari satu identitas visual secara bersamaan dapat menimbulkan ambiguitas persepsi di mata publik serta mengurangi efektivitas identitas itu sendiri. Selain masalah konsistensi, logo Sekolah Cahaya Mentari juga memiliki tingkat kompleksitas visual yang tinggi akibat penggunaan banyak elemen, sehingga sulit diingat dan kurang optimal ketika diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media.

Permasalahan identitas visual tersebut menjadi semakin signifikan ketika Sekolah Cahaya Mentari dibandingkan dengan sekolah lain yang memiliki kurikulum serupa, seperti Stella Maris dan Kinderfield, yang telah menerapkan sistem *branding* dengan kesatuan visual yang kuat. Kondisi ini memunculkan komparasi di mata masyarakat dan berpotensi menurunkan citra Sekolah Cahaya Mentari apabila identitas visualnya tidak dikembangkan. Bila identitas visual yang dimiliki saat ini tidak berciri khas dan seragam, maka terdapat kemungkinan bagi khalayak luas untuk berpaling ke *brand* pesaing serupa.

Wheeler & Meyerson (2024) menyatakan bahwa pembaruan identitas visual diperlukan ketika sebuah merek perlu menyampaikan pesan secara lebih jelas kepada target audiens serta memperkuat posisinya agar mampu bersaing dengan kompetitor (h.5). Oleh karena itu, penulis menawarkan solusi berupa perancangan ulang identitas visual Sekolah Cahaya Mentari Pontianak sebagai upaya merejuvenasi merek. Perancangan ini bertujuan untuk merepresentasikan dan mengomunikasikan keunikan serta membangun citra baru Sekolah Cahaya Mentari kepada target audiens, sehingga *positioning* sekolah dapat diperkuat dan mampu bersaing secara setara dengan institusi pendidikan lain yang menjadi kompetitor.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, permasalahan utama yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Semakin banyak sekolah swasta di Kota Pontianak dengan kurikulum dan segmentasi yang serupa.
2. Inkonsistensi identitas baik dari segi penamaan dan identitas visual serta kompleksitas pada logo menyebabkan melemahnya identitas merek di tengah persaingan yang ada.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka fokus dari penelitian ini dirumuskan pada pertanyaan sebagai berikut: Bagaimana perancangan ulang identitas visual Sekolah Cahaya Mentari Pontianak?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada orang tua berusia 25-45 tahun yang memiliki anak berusia 1,5-12 tahun di Pontianak, SES B-A, dengan fokus pada perancangan pada rejuvenasi merek melalui pengembangan dan pembaruan elemen identitas visual Sekolah Cahaya Mentari. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada pembuatan pedoman *Graphic Standard Manual* yang mencakup desain dan sistem identitas visual, serta media kolateral yang menonjolkan citra sekolah yang profesional.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Melihat permasalahan yang dihadapi oleh Sekolah Cahaya Mentari Pontianak, tugas akhir ini akan difokuskan pada perancangan ulang identitas visual Sekolah Cahaya Mentari Pontianak.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

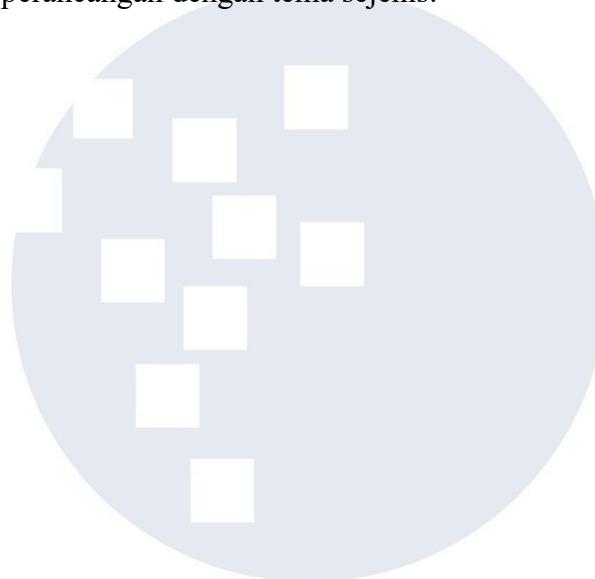
Perancangan ulang ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua ranah, yakni teoretis dan praktis, sebagaimana dijabarkan berikut ini:

1. Manfaat Teoretis:

Tugas akhir ini diharapkan menjadi sarana penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual yang telah penulis peroleh selama masa studi, khususnya pada bidang perancangan identitas visual suatu *brand*.

2. Manfaat Praktis:

Dari sisi praktis, hasil perancangan diharapkan mampu memperkuat identitas merek sekolah serta menciptakan diferensiasi yang jelas di tengah persaingan dengan kompetitor. Selain itu, karya tugas akhir ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa lain yang tengah mengerjakan penelitian atau proyek perancangan dengan tema sejenis.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA