

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sekolah adalah suatu lembaga yang digunakan untuk kegiatan belajar bagi para peserta didik untuk menerima pelajaran yang sesuai dengan bidangnya. Sekolah bagi pendidik merupakan tempat untuk mendidik anak-anak dengan maksud untuk memberikan ilmu yang diberikan supaya mereka mampu menjadi manusia yang berguna bagi bangsa dan juga negara. Sekolah menyelenggarakan aktivitas belajar dan mengajar dengan menerima murid dan memberikan pelajaran kepada para murid sesuai dengan tingkatan, jurusan, dan lainnya. Di dalam kegiatan belajar-mengajar di sekolah harus didukung oleh sarana dan prasarana serta berbagai sesuai peraturan yang telah dirancang dan ditetapkan oleh pemerintah.

Tingkatan sekolah ada berbagai macam dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Berbagai tingkatan sekolah tersebut memiliki kegiatan yang berbeda-beda seperti kreativitas siswanya, keunggulan sekolahnya dan masih banyak lagi. Salah satu kegiatan yang sering menjadi banyak perhatian masyarakat adalah kreativitas siswa sekolah. Kebanyakan kreativitas para siswa dimulai dari Sekolah Dasar, baik itu dari guru maupun dari kesadaran siswanya sendiri. Masa ketika Sekolah Dasar adalah masa puncak ideal bagi anak untuk bisa berprestasi, baik itu di bidang akademis maupun di non akademis.

Sekolah Dasar Negeri 01 Karangmojo merupakan salah satu sekolah Dasar yang ada di kelurahan karangmojo, Kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah. Sekolah yang terletak paling barat. Di sekolah para siswa diajarkan kedisiplinan dan bertanggung jawab. Bahkan sejak bangku kelas satu siswa sudah di haruskan mengamalkannya. Kegiatan disekolah ini lebih mengarahkan siswanya untuk memiliki kreativitas, yang mampu menciptakan kualitas dan merangsang yang lainnya agar dapat bekerja secara berkualitas. Sehingga tidak salah rata – rata siswanya menjadi sangat kreatif dalam lingkungan sekolahnya yang memanfaatkan bekas sampah kemudian dikelola menjadi hiasan di depan kelasnya. Sekolah tersebut memiliki sebuah media promosi cetak berupa brosur. Tetapi media promosi cetak tersebut belum efektif dalam mendukung kegiatan promosi sekolah SDN 01 Karangmojo.

Promosi yang memadai sangat diperlukan untuk mengenal atau mempublikasi sekolah tersebut. Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk barang atau jasa, mereka dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau menggunakan produk atau jasa perusahaan. Promosi yang dilakukan oleh SDN 01 Karangmojo saat ini hanya dari mulut ke mulut dan brosur ini sederhana. Promosi yang dilakukan tanpa menggunakan media yang tepat bisa menjadi masalah tersendiri bagi bidang humas sekolah untuk menyelesaikan SDN 01 Karangmojo.

Berdasar pada masalah tersebut, tawaran yang diberikan untuk menyelesaikannya adalah dengan cara merancang media promosi cetak sekolah SDN 1 Karangmojo yang tepat dan baik dengan konsep desain modern sesuai dengan segmentasi perancangan media promosi cetak Sekolah SDN 1 Karangmojo dengan usia 25-45 tahun.

Media promosi untuk SDN 01 karangmojo adalah sarana untuk mengomunikasikan suatu produk jasa, atau *brand* perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Oleh karena sekolah ini membutuhkan penyampaian informasi yang detail, maka media promosi yang tepat adalah media promosi cetak. Penggunaa media sosial online tidak dipilih karena kadang terdapat berita yang tidak aktual dan membahaya kan masyarakat yang mengaksesnya mendapatkan informasi yang salah. Media cetak dipandang lebih aman untuk mengenalkan atau menginformasikan Sekolah Dasar Negeri 01 karangmojo.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana merancang konsep media promosi cetak SDN 01 Karangmojo sebagai penyalur informasi yang dibutuhkan masyarakat ?
2. Bagaimana bentuk media promosi cetak yang baik untuk SDN 01 Karangmojo ?

C. TUJUAN PERANCANGAN

1. Menyusun konsep media promosi cetak SD N 01 Karangmojo sebagai penyalur informasi yang dibutuhkan masyarakat.
2. Merancang bentuk media promosi cetak yang baik untuk SD N 01 Karangmojo.

D. MANFAAT PERANCANGAN

1. Bagi SD N 01 Karangmojo

Memberikan masukan bagi SDN 01 Karangmojo untuk menginformasikan serta mempromosikan identitas SD N 01 Karangmojo kepada masyarakat dalam bentuk media promosi cetak.

2. Bagi masyarakat

Dengan adanya pengenalan media promosi cetak sebagai identitas SD N 01 Karangmojo ini, masyarakat bias mengenal lebih dalam keberadaan sekolah tersebut serta menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD N 01 Karangmojo.

3. Bagi mahasiswa

Sebagai bahan referensi, acuan dan evaluasi mahasiswa lain.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Tugas akhir dari Muhamad Bukhori yang berjudul “Perancangan Promosi Percetakan Lontar Media Untuk Mengenalkan Ke Masyarakat Semarang”, Berisi tentang pembahasan media promosi dimulai dari penganalisis hingga hasil jadi desainnya, Dibutuhkan sebuah Perancangan Promosi Percetakan Lontar Media Untuk Memperluas Pasar Ke masyarakat Semarang. Pada perancangan promosi ini data dikumpulkan menggunakan metode kualitatif yang meliputi wawancara. Manfaat untuk tugas akhir berjudul Perancangan Media Promosi Cetak Sekolah Dasar Negeri 01 Karangmojo ini adalah untuk mendapatkan referensi dan gambaran yang digunakan sebagai penelitian. (Url: <http://mahasiswa.dinus.ac.id/docs/skripsi/jurnal/17861.pdf>).

Tugas akhir dari Kevin Julianto T, Wibowo, Dan Rika Febriani yang berjudul “Perancangan Media Promosi Desa Wisata Tulungrejo, Batu” berisi tentang mengiklankan tempat pariwisata yang terkenal dengan menggunakan media promosi yang berupa poster, mug, banner, dan brosur. Perancangan tersebut strategi promosi dilakukan dengan melihat keunikan tempat pariwisata tersebut. Manfaat untuk tugas ini adalah mengetahui cara membuat media promosi dengan melihat keadaan objek terlebih dahulu, agar dapat meningkatkan konsumen. (Url:<http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/3413/3087>).

Jurnal Volume 03, Nomor 02, 2014, 01-09 Dari Akhwanul Akmal& Mey Hartati Lubis Yang Ber Judul “Strategi Promosi Pada Politeknik Lp3i Medan”, berisi tentang metode mempromosikan tentang LP3I berupa media cetak dan cara menyebarkan media promosi cetak tersebut. Manfaat yang didapat adalah bisa mengetahui media cetak dan media desain komunikasi visual sebagai media promosi yang mampu meningkatkan sebuah ketertarikan. (Url:<http://ejurnal.plm.ac.id/index.php/BIS-A/article/view/123/105>)

F. LANDASAN TEORI

1. Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perancangan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah, proses menentukan hal-hal yang ingin dicapai (tujuan) di masa depan serta

menentukan berbagai tahapan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Syifaun Nafisah, 2003 : 2). Perancangan sistem dapat dirancang dalam bentuk bagan alir sistem (*system flowchart*), yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukkan urutan-urutan proses dari sistem.

Pengertian Perancangan Menurut Bin Ladjamudin “ Perancangan Adalah Tahapan Perancangan (Design) Memiliki Tujuan Untuk Mendesain Sistem Baru Yang Dapat Menyelesaikan Masalah-Masalah Yang Dihadapi Perusahaan Yang Diperoleh Dari Pemilihan Alternative Sistem Yang Terbaik”. (Ladjamudin, 2005:39)

2. Media

Media adalah suatu alat perantara atau pengantar yang berfungsi untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada penerima pesan. Secara umum, suatu media memiliki fungsi yang sama, beberapa diantaranya adalah sebagai sarana informasi kepada masyarakat, membantu mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan daya indera, sebagai sarana untuk mengekspresikan pendapat, ide, dan gagasan kepada khalayak, sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan, relaksasi, dan pengalihan perhatian dari ketegangan social. Sebagai sarana pendidikan bagi

masyarakat secara umum, dan bagi para siswa khusus. Sebagai sarana untuk melakukan pengawasan atau control social bagi masyarakat.

Robert Heinich dkk Mengemukakan definisi medium sebagai sesuatu yang membawa informasi antara sumber (*source*) dan penerima (*receiver*) informasi.(Robert Heinich dkk ,1985:6). Djamarah, Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai Tujuan pembelajaran.(Djamarah, 1995 : 136). Pada dasarnya jenis dan bentuk media ada banyak sekali. Menurut Rudi Brets (Media Pembelajaran, 2008:52) beberapa jenis media adalah sebagai berikut:

1) Media Audio

Pengertian media audio adalah jenis media yang melibatkan indera pendengaran (telinga) yang memanipulasi kemampuan suara. Pesan yang dapat disampaikan dalam media audio adalah pesan verbal (bahasa lisan atau kata-kata) dan pesan non-verbal (musik, vokalisasi, bunyi-bunyian lainnya).

2) Media Visual

Media visual adalah jenis media yang melibatkan indera penglihatan (mata). Beberapa media visual diantaranya:

- **Media visual verbal;** media visual yang berisi pesan verbal atau pesan linguistik berbentuk tulisan. Misalnya buku, majalah, surat kabar, dan lainnya.

- **Media visual grafis;** media visual yang berisi pesan non-verbal dimana pesan berupa simbol-simbol atau unsur-unsur grafis. Misalnya sketsa, foto, gambar, diagram, peta, dan lainnya.
- **Media visual non-cetak;** media visual yang berisi pesan dalam bentuk tiga dimensi. Misalnya diorama, miniatur, model, mock up, dan specimen.

3) Media Audio Visual

Media audio visual adalah jenis media yang melibatkan indera pendengaran dan indera penglihatan secara bersamaan dalam satu proses. Pesan yang disalurkan pada jenis media ini bersifat verbal dan non-verbal. Misalnya film drama, film dokumenter, dan lain-lain.

Jadi, pengertian media adalah perantara untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada masyarakat yang dituju.

3. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

boyd mengemukakan bahwa pengertian promosi merupakan upaya untuk membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. (Boyd, 2000:65)

Swastha mengemukakan pengertian lain yakni promosi adalah promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dirancang untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. (Swastha, 2000:22). Jadi, Pengertian promosi adalah menawarkan suatu produk kepada konsumen, dengan tujuan agar konsumen bisa tertarik dengan produk tersebut.

Berdasarkan pengertian media dan promosi maka dapat tersimpulkan bahwa media promosi adalah suatu perantara untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada masyarakat yang dituju, dengan menawarkan suatu produk kepada konsumen agar bisa tertarik dengan produk tersebut.

Salah satu bentuk media promosi adalah media promosi cetak. Media promosi cetak adalah sebuah media yang menyampaikan informasi terkait dengan kepentingan rakyat banyak dan disampaikan secara tertulis, dengan menawarkan suatu produk kepada konsumen agar bisa tertarik dengan produk tersebut dalam bentuk cetak. sampai saat ini terbilang efektif adalah menggunakan media promosi dalam bentuk fisik atau dicetak. Seperti yang sering dilihat, mencetak media promosi, cenderung lebih efektif. Sebab, dengan begitu calon konsumen dapat membaca lebih detail mengenai penawaran yang diberikan. Media promosi yang dimaksud seperti.

- Brosur

Brosur adalah suatu alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya, yang dimana ditujukan kepada pasar sasaran atau sasaran tertentu. Cara menyampaikannya di bagikan secara gratis kepada pelanggan atau masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih jelas dan rinci mengenai produk, layanan, program dan sebagainya untuk membantu upaya pemasaran ataupun marketing public relations Ukuran:10 cm x 15 cm.

- Poster

Poster adalah ajakan atau imbauan untuk melakukan sesuatu. Jadi, sebuah poster berisi imbauan yang biasanya disertai gambar berwarna yang mudah diingat. Poster dibuat bertujuan untuk menarik perhatian banyak orang berpartisipasi memenuhi imbauan yang disampaikan dalam poster. Oleh karena ukurannya yang terbatas, maka tema dalam poster tidak terlalu banyak, minimal dalam satu poster hanya boleh terdapat satu tema. Ukuran:50 cm x 70 cm Kertas: ivory 210 gr Finishing: uv glossy.

- Flyer

Flyer adalah lembaran yang tercetak secara tunggal (tidak ada lipatan) dan digunakan untuk menarik perhatian publik terhadap sebuah acara, pelayanan, produk, ataupun ide. Flyer, atau lebih akrab disebut dengan selebaran, pada umumnya hanya berisi info-info secara garis besar karena untuk dibaca secara cepat. Flyer biasanya dibagikan secara manual dari

tangan ke tangan kepada orang-orang yang sedang berjalan, baik di pinggir jalan, di dalam sebuah acara, pameran, ataupun tempat umum populer di sekitarnya. Flyer dicetak menggunakan kertas berukuran A4 (21 cm X 29,7) , A5 (14,8 cm X 21 cm), dan A6 (10,5 cm x 14,8 cm).

- Spanduk

Spanduk adalah sebuah kain rentang yang berisi propaganda, slogan atau juga berita yang juga perlu diketahui oleh umum. Ukuran: 90 x 600 cm, 90 x 500 cm, 115 x 500 cm, dan 100 x 700 cm

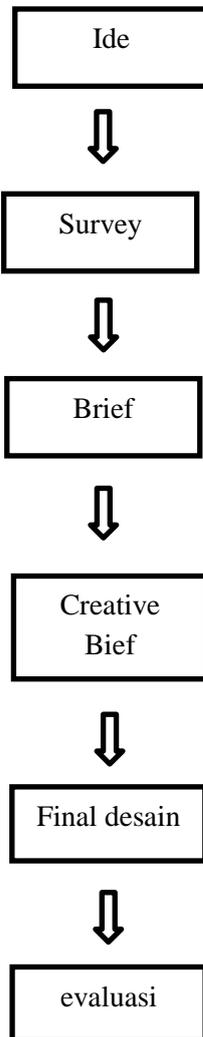
- *Banner.*

Banner adalah salah satu media promosi yang dicetak dengan Print Digital yang umumnya berbentuk Potrait atau Vertikal. Banner adalah bentuk penyederhanaan dari Baliho. Ukuran X-Banner Adjustable: 45 – 80 cm x 150 – 180 cm.

G. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan adalah tahapan yang dilakukan dalam sebuah proses perancangan, metode dibutuhkan untuk memudahkan perancang dalam mengembangkan ide rancangan.

Metode perancangan yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah metode perancangan kualitatif, yaitu penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis.



Gambar 01
Sumber : Anisa 2020

a) Ide

Ide perancangan ini berasal dari kurangnya media promosi yang ada di sekolah dasar tersebut. Padahal sekolah dasar tersebut mempunyai potensi dalam bidang kekreativitasan yang sangat tinggi, sehingga sangat disayangkan jika tidak terdapat promosi di dalamnya. Ide yang direncanakan adalah membuat media promosi yang menggambarkan kekreativitasan disekolah tersebut.

b) *Survey*

Survey adalah suatu kegiatan mencari dan mengumpulkan berbagai informasi.

1. Lokasi adalah sekolah dasar Negeri 01 Karangmojo yang berada di kecamatan tasikmadu tepatnya berada di dekat kelurahan karangmojo.

2. Sumber data

Sumber datanya berupa wawancara dan studi pustaka.

1) Wawancara adalah suatu kegiatan untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya.

Teknik pengumpulan data dari wawancara ini adalah dengan ibu guru Eny Susilowaty S.Pd.

2) Studi pustaka adalah mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, catatan, majalah, kisah-kisah sejarah .

Teknik pengumpulan studi pustaka dari buku tentang infotmasi sekolah dan catatan data.

c) *Brief*

Brief adalah laporan yang sudah didapat kemudian diolah menjadi laporan-laporan yang baik.

Data yang akan diambil dari laporan tersebut adalah aktivitas dalam sekolah tersebut dan media promosi cetak yang sudah dilakukan yaitu berupa brosur, rencana akan meredesain ulang pada brosur tersebut.

d) *Creative Brief*

Creattive Brief adalah data yang sudah didapat dan diolah menjadi data yang baik menggunakan konsep kreatif. Langkah yang akan membuat kreatif brief adalah dengan menentukan Segmentasi,*USP,ESP,Positioning*, dan strategi kreatif. Strategi kreatifnya akan mengambil gambar/foto dan diedit dengan adobe photoshop.

e) Final Desain

Desain adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang desainer dalam menciptakan suatu objek. Rencana desain akhir berupa brosur, flyer,dan kalender. Media promosi cetak tersebut akan didesain dengan menonjolkan tentang kekreativitasan sekolah tersebut.

f) Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses identifikasi untuk mengukur/ menilai apakah suatu kegiatan atau program yang dilaksanakan sesuai dengan perencanaan atau tujuan yang ingin dicapai.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB 1 PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, tinjauan pustaka, landasan teori, dan metode perancangan.

Manfaatnya untuk BAB II, BAB III, BAB IV yaitu akan bisa mengetahui pembahasan dan penjelasan di BAB .

BAB 2 IDENTIFIKASI DATA

Data Perusahaan (nama perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, data sekolah, target audiens, media promosi, dan foto lokasi), Data sekunder dan Analisis SWOT.

Manfaatnya untuk BAB III, BAB IV, yaitu akan mempermudah menganalisis dan perancangan yang akan dibuat dari pembahasan yang sudah dipaparkan diatas.

BAB 3 ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Positioning, Strategi Kreatif, dan Media Plan (Roll x- Banner, Mmt, Brosur, Kalender, ID Card, Tas , Masker scuba, stiker, Notebook, Tumbler).

BAB 4 PERWUJUDAN KARYA

Hasil Proses Pembuatan Sketsa, Proses Digital, Proses Pewarnaan, dan Desain Akhir.

BAB 5 PENTUP

Berisi tentang simpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Foto-foto Sekolah Dasar Negeri 01 Karangmoj

