

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Mengingat persaingan di lembaga pendidikan semakin ketat. Jika menginginkan dikenalnya masyarakat atau khalayak umum, yang akan berimbas kepada banyaknya jumlah siswa, maka setiap lembaga pendidikan tersebut haruslah melakukan kegiatan promosi, karena dengan metode tersebut lembaga atau institusinya dapat terlihat lebih unggul dari yang lainnya, juga keberadaannya dalam lingkungan masyarakat akan lebih mudah diketahui. Setiap lembaga pendidikan diharuskan memiliki kemampuan untuk dapat mempromosikan lembaganya dengan menggunakan strategi promosi yang jitu, karena betapa pun bagus suatu lembaga pendidikan tersebut apabila tidak dipromosikan secara maksimal akan berimplikasi kurangnya minat masyarakat terhadap lembaga tersebut yang akhirnya berimbas pada minimnya jumlah siswa, dari kualitas produk maupun jasa yang ditawarkan, harga yang murah, serta tempat yang strategis tidak akan bisa dikenal banyak orang tanpa adanya kegiatan promosi. Promosi dalam lembaga pendidikan di era globalisasi saat ini harus benar-benar dirancang secara tepat dan jelas.

Setiap lembaga pendidikan seharusnya dituntut untuk memiliki desain visual promosi yang baik, bukan hanya berimbas dalam keindahan semata, namun banyak hal yang dapat terjadi seperti, mudah dikenalnya dari ciri khas visual, dapat dimengerti dengan baik, dan memberikan kesan awal tepat terhadap masyarakat maupun terhadap target pasar yang dituju dan akhirnya dapat memberikan pemasaran yang terbaik terhadap lembaga pendidikan tersebut, desain visual promosi yang dilakukan secara baik juga dapat memberikan kepercayaan awal yang tepat, membuat masyarakat yakin untuk memilih lembaga tersebut dibandingkan lembaga lainnya.

TK Happy Holy Kids di Bintaro menjadi salah satu bagian lembaga pendidikan formal yang desain visual promosinya dapat dikatakan jauh dari kata cukup dapat terlihat dari beberapa poster, brosur, hingga media lain

yang digunakan, bahkan TK Happy Holy Kids ini juga belum memiliki akun media sosial, sehingga TK ini masih belum dapat memberikan pengetahuan-pengetahuan yang tepat terhadap masyarakat mengenai TK Happy Holy Kids itu sendiri. Tahap awal yang dapat dilakukan guna mendapatkan minat masyarakat, Dengan diberlakukannya desain visual promosi yang baik sehingga akan memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap TK Happy Holy Kids kepada masyarakat.

Masyarakat dapat mengetahui standar yang tepat dalam membuat desain promosi edukasi secara benar, dan memberikan nilai positif terhadap institusi pendidikan tersebut. Desain promosi yang tepat juga dapat membuat masyarakat dengan melihatnya mudah tertarik daripada melihat desain yang apa adanya, sehingga mudah menarik pandangan masyarakat untuk mengetahui lebih dalam lagi dari informasi apa yang ditawarkan dalam media visual tersebut.

Media promosi di TK Happy Holy Kids ini akan diterapkan dalam beberapa media promosi yang akan dilakukan berdasarkan data-data yang akan didapatkan guna mengetahui dengan pasti target maupun segmentasi secara pasti dan tepat.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti mencoba membuat beberapa rumusan masalah, antara lain:

1. Bagaimana cara meningkatkan *brand image* TK Happy Holy Kids terhadap masyarakat?
2. Bagaimana merancang desain visual promosi yang tepat terhadap TK Happy Holy Kids?
3. Bagaimana merancang kesatuan visual antara media cetak dan media digital, sehingga memberikan sebuah citra yang baru dari TK Happy Holy Kids?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari berbagai rumusan masalah yang telah didapat, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan sebuah rancangan desain visual yang berkaitan dengan promosi lembaga pendidikan, dengan memperlihatkan pemakaian elemen-elemen desain komunikasi visual secara tepat.
2. Memberikan informasi mengenai pentingnya menggunakan berbagai media digital maupun media cetak sebagai wadah untuk melakukan promosi.
3. Meningkatkan citra dan *brand image* dari TK Happy Holy Kids terhadap masyarakat.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Universitas Pembangunan Jaya**

Laporan tugas akhir ini sangat berguna bagi Universitas Pembangunan Jaya yang dapat dijadikan referensi tugas akhir untuk mahasiswa lainnya mengenai perancangan mengenai promosi yang berkaitan dengan lembaga pendidikan.

##### **2. Bagi Peneliti**

Menambah wawasan mengenai bagaimana cara merancang promosi yang tepat, dan juga memberikan pengetahuan mengenai kaitannya desain visual dengan lembaga pendidikan.

##### **3. Bagi Perusahaan**

Hasil dari perancangan ini diharapkan memiliki manfaat terhadap lembaga-lembaga pendidikan, sehingga mereka mendapatkan tolak ukur atau acuan visual pada desain promosi terhadap lembaga pendidikan yang bersangkutan.

##### **4. Bagi Pihak Lain**

Manfaat penelitian bagi pihak lain diharapkan dapat memberikan referensi dan bantuan bagi yang membutuhkan perancangan desain visual mengenai promosi dalam lembaga pendidikan.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **1. BAB I Pendahuluan**

Berisi penjelasan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan dan sistematika pembahasan.

### **2. BAB II Tinjauan Umum**

Berisi tentang teori-teori tentang perancangan, promosi, tujuan dan manfaat promosi, desain grafis, tipografi, periklanan, media periklanan, dan lembaga pendidikan.

### **3. BAB III Metodologi Desain**

Menjelaskan tentang metode perancangan, teknik pengumpulan data, analisa data dan membahas tentang penjelasan penulis mengenai strategi komunikasi yang berhubungan dengan masalah penelitian berdasarkan hasil analisa.

### **4. BAB IV Strategi dan Hasil Perancangan**

Berisi tentang konsep perancangan seperti sketsa awal *layout*, penentuan warna, dan berbagai penentuan kebutuhan visual promosi, hingga perancangan hasil akhir.

### **5. BAB V Penutup**

Membahas tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian perancangan.