PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI DAN MEDIA VISUAL RUMAH BELAJAR SEMI PALAR DI BANDUNG

DESIGNING PROMOTIONAL STRATEGIES AND VISUAL MEDIA OF RUMAH BELAJAR SEMI PALAR IN BANDUNG

Febrina Millenianda Sekarputri[1], Sri Nurbani[2] dan Apsari Wiba Pamela[3]
[1,2,3]S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
febrinamsekarputri@student.telkomuniversity.ac.id, baniellen@telkomuniversity.ac.id, apsaripamela@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Indonesia memiliki sistem pendidikan yang beragam, salah satunya Sistem Pendidikan Nasional. Sistem pendidikan ini masih memiliki beberapa kekurangan, maka dari itu perlu adanya sistem pendidikan lain yang dapat menunjang Sistem Pendidikan Nasional. Rumah Belajar Semi Palar sebagai lembaga pendidikan yang mengadaptasi konsep pembelajaran holistik belum begitu dikenal oleh masyarakat karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Semi Palar. Akibatnya tidak ada kenaikan dalam pendaftaran murid baru. Maka dari itu perlu dibuat sebuah kampanye *advertising* dengan isi pesan yang informatif dan menarik untuk dapat membantu kenaikan pendaftaran murid baru di Rumah Belajar Semi Palar. Perancangan ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan kuesioner. Kemudian data yang didapat dianalisis menggunakan analisis SWOT, AOI, dan AISAS. Hasil akhir dari perancangan ini berupa rancangan kegiatan kampanye promosi dengan media utama *booth* yang diharapkan dapat membantu Rumah Belajar Semi Palar dalam meningkatkan pendaftaran murid baru.
Kata kunci: media visual, pendidikan holistik, rumah belajar semi palar, strategi promosi

Abstract: *Indonesia has a diverse education system, one of which is the* Sistem Pendidikan Nasional*. This education system still has some shortcomings, therefore it is necessary to have another education system that can support the* Sistem Pendidikan Nasional*.* Rumah Belajar Semi Palar *as an educational institution that adapts the concept of holistic learning has not been well known by the public because of the lack of promotion carried out by* Rumah Belajar Semi Palar*. As a result, there was no increase in the enrollment of new students. Therefore, it is necessary to create and advertising*

campaign with informative and interesting message content to be able to help increase the registration of new students at Rumah Belajar Semi Palar. *This design uses a qualitative research methodology with data collection through interviews, observations, literature studies, and questionnaires. Then the data obtained were analyzed using SWOT, AOI and AISAS analysis. The final result of this design is in the form of a design of promotion campaign activities with booth as a main media which is expected to help* Rumah Belajar Semi Palar *in increasing the enrollment of new students.*
Keywords: *holistic education, promotion strategy,* rumah belajar semi palar*, visual media*

PENDAHULUAN

Saat ini, Indonesia memiliki beragam sistem pendidikan. Berdasarkan *website* LPMP Riau, setidaknya ada empat sistem pendidikan yang diterapkan di Indonesia, salah satunya yang sering digunakan adalah Sistem Pendidikan Nasional. Sistem pendidikan ini masih memiliki beberapa kekurangan, maka dari itu diperlukan adanya konsep pendidikan yang bisa menunjang Sistem Pendidikan Nasional, salah satunya konsep pendidikan holistik. Pendidikan holistik sendiri di Indonesia dikemukakan pertama kali oleh Ahmahedi Mahzar. Menurut Miller, dkk., (2015) pendidikan holistik adalah pendidikan yang mengembangkan segala potensi siswa secara harmonis, meliputi potensi intelektual, emosional, fisik, sosial, estetika, dan keagamaan. Rumah Belajar Semi Palar sebagai lembaga pendidikan yang mengadaptasi konsep pembelajaran holistik menawarkan kesempatan untuk anak untuk bertumbuh kembang secara utuh melaui proses pendidikan yang difasilitasi bersama oleh guru di sekolah dan orang tua di rumah.

Menurut hasil wawancara dan survei yang penulis lakukan, Rumah Belajar Semi Palar belum dikenal oleh masyarakat luas karena kurangnya promosi yang dilakukan. Akibatnya, jumlah pendaftaran murid baru tidak ada kenaikan. Dengan adanya perancangan ini yang ditujukan pada dewasa umur 30-40 tahun, diharapkan agar masyarakat dapat mengenal Rumah Belajar Semi Palar dan pendaftaran murid baru di sekolah tersebut bisa mengalami kenaikan.

Teori yang digunakan adalah teori promosi, di mana promosi ialah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya (Widagdo, 2011:3), dengan alat promosi periklanan atau *advertising*. Periklanan sendiri menurut Nurbani (2019) adalah bagian dari komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan atau penjual untuk menjangkau konsumen guna menyampaikan suatu pesan. Tentunya agar promosi bisa berjalan dengan efektif diperlukan media untuk menyampaikan atau menyebarkan pesan sehingga pesan tersebut sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad, 2002:4).

Selain itu, teori *copywriting* juga digunakan dalam perancangan ini. *Copywriting* merupakan suatu karya tulisan dalam bentuk karangan-karangan iklan yang dibuat semenarik mungkin untuk memenuhi pesan penjualan (Agustrijanto, 2001:45). Prinsip-prinsip dan unsur-unsur desain juga penulis masukkan dalam perancangan ini untuk memperkuat konsep rancangan.

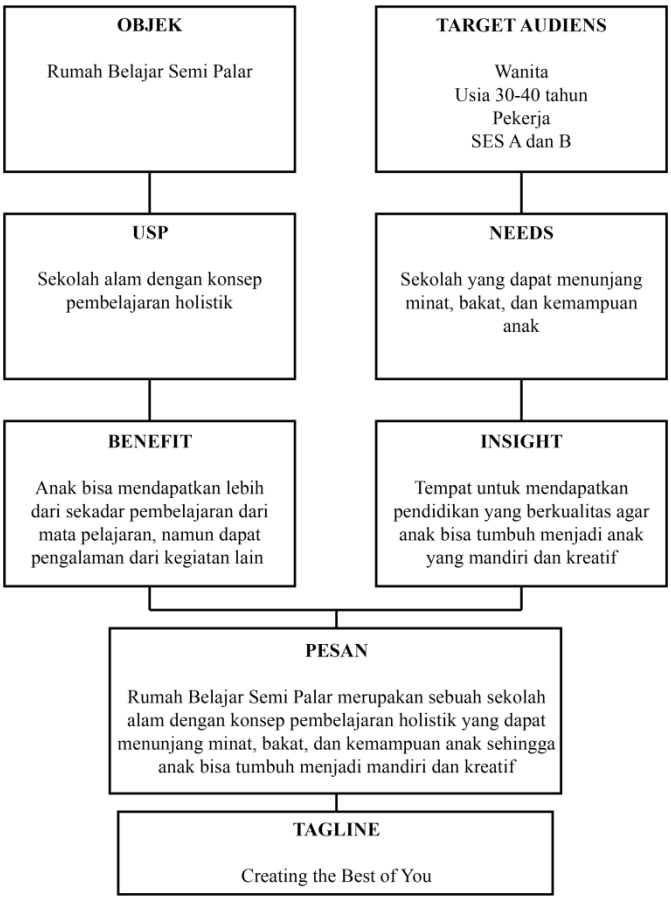
METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi dan memanfaatkan berbagai metode yang alamiah (Moleong, 2005:6). Metode AISAS digunakan dalam metode analisis data sehingga target audiens bisa mendapatkan informasi dan bisa membuat keputusan dengan tahapan-tahapan yang terencana (Nurbani, 2019).

HASIL DAN DISKUSI

Perancangan strategi promosi ini bertujuan untuk menginformasikan kepada target audiens wanita berumur 30-40 tahun dengan status ekonomi

menengah ke atas yang tinggal di kota Bandung bahwa Rumah Belajar Semi Palar merupakan sekolah yang mengadaptasi konsep pembelajaran holistik.



Gambar 1 Bagan *statement*
Sumber: pribadi, 2022

Pendekatan komunikasi yang dipakai adalah informatif dan persuasif. Pendekatan komunikasi informatif digunakan untuk memberitahu tentang keberadaan Rumah Belajar Semi Palar dan pendekatan komunikasi persuasif digunakan untuk mengajak target audiens untuk mendaftarkan anak-anaknya di Rumah Belajar Semi Palar.

Perancangan strategi kreatif pada perancangan promosi ini menggunakan model AISAS dengan media utama *booth*, di mana di *booth* tersebut target

audiens bisa mengetahui lebih lanjut mengenai Rumah Belajar Semi Palar. Media pendukung berupa media cetak akan disebar di ruang publik di kota Bandung, sedangkan media digital akan disebarkan melalui Instagram, Facebook, dan *website*.

Tabel 1 Perencanaan AISAS
Sumber: pribadi, 2022

Metode	Strategi Media	Strategi Komunikasi	*Media Placement*	Bulan											
				April				Mei				Juni			
Attention	Poster cetak	*Awareness*	*Public space*												
	Billboard	*Awareness*	*Public space*												
	Poster digital	*Awareness*	Media sosial dan *website*												
	X-Banner	*Awareness*	*Public space*												
Interest	Video singkat	Informatif	Media sosial dan *website*												
	Flyer	Persuasif dan informatif	*Public space* dan media sosial												
Search	Instagram, Facebook, Website	Informatif	Media sosial dan *website*												
Action	*Booth*	Persuasif dan informatif	*Public space*												
	Poster acara	Persuasif dan informatif	*Public space* dan media sosial												
Share	Twibbon	*Sharing*	Media sosial												
	Testimoni	*Sharing*	Media sosial												

Gaya Visual

Gaya visual yang digunakan adalah sederhana, minimalis dan *modern* agar target audiens mudah memahami apa yang ingin disampaikan. Digabungkan dengan fotografi dan warna yang lembut.

Gambar 2 Referensi visual
Sumber: pinterest.com

Layout

Layout yang digunakan bersifat asimetris untuk menimbulkan kesan unik.

Tipografi

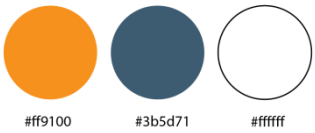
Tipografi yang akan digunakan adalah huruf *serif* dan *sans serif* untuk memberi kesan profesional dan modern serta minimalis namun tidak terlalu formal.

Gambar 3 Chapaza dan montserrat
Sumber: dafont.com

Warna

Warna yang akan digunakan adalah warna yang sudah menjadi ciri khas Rumah Belajar Semi Palar, yaitu warna jingga yang menimbulkan kesan enerjik

dan hangat, warna biru untuk efek menenangkan dan profesional serta warna putih untuk memberi kesan kebebasan dan minimalis.



Gambar 4 Palet warna
Sumber: pribadi, 2022

Hasil Perancangan

1. Poster Cetak

Gambar 5 Poster cetak
Sumber: pribadi, 2022

Poster dalam perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* terhadap Rumah Belajar Semi Palar, menggunakan visual yang menggambarkan kegiatan-kegiatan yang ada di Rumah Belajar Semi Palar.

2. *Billboard*

Gambar 6 Billboard
Sumber: pribadi, 2022

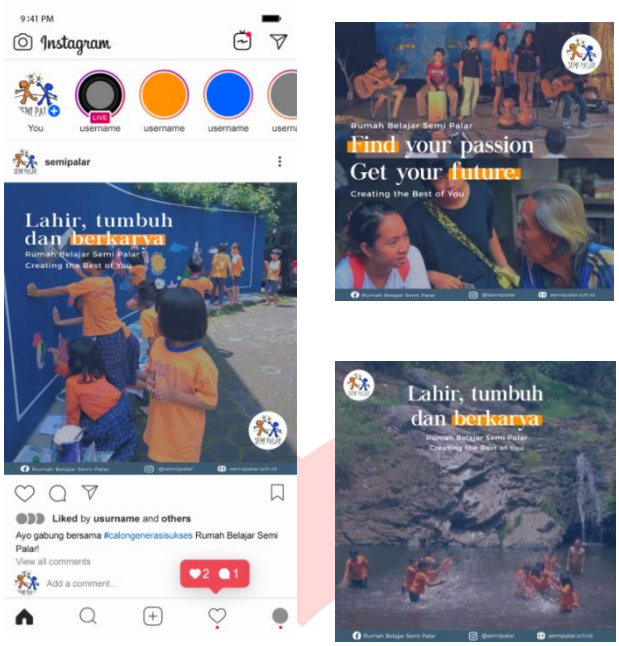
Penggunaan *billboard* pada jalan-jalan protokol di Bandung bertujuan untuk meningkatkan *awareness* pada jangkauan target audiens yang lebih luas yang berkegiatan di luar ruangan.

3. *X-Banner*

Gambar 7 X-Banner
Sumber: pribadi, 2022

X-Banner akan ditempatkan di Rumah Belajar Semi Palar itu sendiri. Sehingga target audiens yang berada di sekitar Rumah Belajar Semi Palar tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut tentang sekolah tersebut.

4. Poster Digital



Gambar 8 Poster digital
Sumber: pribadi, 2022

Poster digital akan di-*upload* di akun Instagram Rumah Belajar Semi Palar dengan menggunakan Instagram Ads.

5. Flyer Cetak

Gambar 9 Flyer cetak
Sumber: pribadi, 2022

Pada *flyer* terdapat beberapa informasi mengenai Rumah Belajar Semi Palar. Seperti jenjang pendidikan yang diselenggarakan, informasi seputar kelembagaan dan pola pembelajaran, serta informasi mengenai jam kegiatan sekolah.

6. Video Singkat

Gambar 10 Cuplikan video
Sumber: pribadi, 2022

Untuk menarik perhatian target audiens, video singkat akan diunggah di media sosial dan *website* Rumah Belajar Semi Palar. Video singkat tersebut berisi gabungan foto-foto kegiatan yang diadakan di Rumah Belajar Semi Palar.

7. *Booth*

Gambar 11 *Booth*
Sumber: pribadi, 2022

Rumah Belajar Semi Palar akan mendirikan *stand booth* di mall-mall kecil di Bandung untuk menarik target audiens untuk mendaftar di Rumah Belajar Semi Palar. Akan diadakan pula tes aspek kemandirian, kemampuan

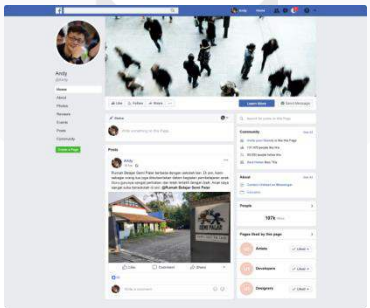
bersosialisasi dan beradaptasi dengan lingkungan baru untuk bisa mengikuti proses pembelajaran di Rumah Belajar Semi Palar.

8. Poster Cetak

Gambar 12 Poster cetak
Sumber: pribadi, 2022

Akan disebarkan pula poster-poster acara diadakannya *stand booth* pada media sosial dan di ruang publik.

9. Testimoni



Gambar 13 Testimoni
Sumber: pribadi, 2022

Rumah Belajar Semi Palar akan membuat testimoni dari para orangtua dari anak yang bersekolah di Rumah Belajar Semi Palar sebagai sarana promosi

gratis dan juga untuk meyakinkan target audiens lain untuk segera mendaftarkan anak-anak mereka bersekolah di Rumah Belajar Semi Palar.

10. Twibbon

Gambar 14 Twibbon
Sumber: pribadi, 2022

Selain itu, Rumah Belajar Semi Palar juga membuat twibbon untuk orangtua maupun anak-anaknya yang sudah mendaftar ke Rumah Belajar Semi Palar dengan menggunakan *hashtag* #CalonGenerasiSukses.

11. *Merchandise*

Gambar 15 *Merchandise*
Sumber: pribadi, 2022

Merchandise akan dibagikan kepada target audiens di *booth* setelah target audiens melakukan berbagai kegiatan yang diadakan di *booth*.

KESIMPULAN

Rumah Belajar Semi Palar merupakan sebuah lembaga pendidikan yang mengadaptasi konsep pembelajaran holistik di kurikulumnya. Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan, masih banyak masyarakat yang belum

tahu mengenai keberadaan Rumah Belajar Semi Palar dan masih awam mengenai konsep pembelajaran holistik. Promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Semi Palar pun masih belum maksimal dalam memperkenalkan sekolah itu sendiri.

Terancangnya pesan "Creating The Best of You" dalam kampanye promosi Rumah Belajar Semi Palar, membantu target audiens untuk memahami Rumah Belajar Semi Palar dan pendidikan holistik. Dibantu dengan strategi kreatif AISAS, dirancanglah sebuah booth agar target audiens bisa lebih mengenal Rumah Belajar Semi Palar dengan baik dan menarik target audiens untuk mendaftar di sekolah tersebut. Adanya media pendukung seperti poster, x-banner, billboard, dan media pendukung lainnya seperti Instagram, Facebook, dan website, diharapkan dapat meningkatkan awareness terhadap Rumah Belajar Semi Palar dan pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Agustrijanto. 2001. *Copywriting: Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

Arsyad, Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.

LPMP Riau. 2016. *Kenali 4 Sistem Pendidikan di Indonesia*. https://lpmpriau.kemdikbud.go.id/kenali-4-sistem-pendidikan-di-indonesia/. 20 Maret 2022.

Miller, John P, dkk. 2005. *Holistic Learning and Spirituality in Education*. New York, State University of New York Press.

Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

Nurbani, Sri, dan Nanda Ayu Riana Dewi. 2019. *Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken*. 6th Bandung Creative Movement 2019, Telkom University, hal. 446-450.

Widagdo, H. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer pada PT. XYZ Palembang*. Vol. 1, hal. 1-10.