

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI *BRAND COMMUNICATION* UNTUK SD TAHFIZH METODE TES

Oleh:

Salfina Najla Nazhifa

1601213466

Pendidikan dimulai sejak usia dini untuk mengoptimalkan potensi, memperoleh pengetahuan, dan membangun karakter. Saat ini terjadi fenomena meningkatnya minat orang tua memilih sekolah berbasis agama yang memiliki program keagamaan khusus seperti menghafal Al-Qur'an. Salah satunya seperti SD Tahfizh Metode TES yang memiliki program khas menghafal 30 juz Al-Qur'an. Jumlah siswa baru SD Tahfizh Metode TES di enam tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup drastis karena kurangnya *brand awareness* pada calon orang tua siswa sehingga belum mengetahui dan mengenal sekolah ini. Hal tersebut juga disebabkan kegiatan dan media promosi belum cukup efektif, belum adanya sistem desain pada penggunaan identitas visual, dan komunikasi *brand* belum dilakukan dengan baik. Data dalam penelitian diperoleh dengan metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka yang kemudian dianalisis untuk menentukan strategi *brand communication* dalam merancang media cetak seperti *stationery*, brosur, *flyer*, spanduk, *x-banner*, dan media digital seperti konten Instagram, *website*, poster digital, juga *web banner*, serta identitas visual yang mewakili citra dan karakter sekolah, mencakup perancangan super grafis, ilustrasi, dan desain karakter. Melalui perancangan strategi *brand communication*, sekolah akan lebih dikenal dengan khas dan keunggulannya, dapat menarik perhatian dan minat calon orang tua siswa, juga meningkatkan *brand awareness* SD Tahfizh Metode TES pada audiensnya.

Kata Kunci: *Brand Communication*, Identitas Visual, Sekolah Dasar Tahfizh