

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia kurang menjaga lingkungan di sekitar mereka. Hal ini terlihat dari banyaknya sampah dan tanaman yang tidak terurus. Fenomena ini terjadi karena bertambahnya populasi penduduk yang diiringi berkembangnya pengaruh kebiasaan hidup yang tidak sehat, serta kurangnya pendidikan lingkungan hidup kepada generasi muda sehingga masyarakat Indonesia pada saat ini dinilai banyak yang tidak berperilaku cinta lingkungan hidup.

Berperilaku cinta lingkungan hidup sangat penting diciptakan demi pembentukan pribadi yang lebih baik dari segi lingkungan bagi masyarakat Indonesia maupun lingkungan di sekitar mereka. Oleh karena itu, sekolah yang merupakan institusi untuk mengajarkan berbagai ilmu kepada masyarakat Indonesia menjadi salah satu faktor yang penting untuk mengajarkan berperilaku cinta lingkungan hidup kepada peserta didik.

Mengajarkan berperilaku cinta lingkungan hidup kepada peserta didik telah menjadi salah satu prioritas dari pemerintah Indonesia. Oleh karena itu, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dan Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia membuat program pendidikan berperilaku cinta lingkungan hidup kepada peserta didik melalui Sekolah Adiwiyata Nasional.

Sekolah Adiwiyata Nasional adalah sekolah Nasional yang peduli lingkungan dan berwawasan global. Sekolah ini bertujuan untuk menciptakan kondisi yang baik bagi sekolah untuk menjadi tempat pembelajaran dan penyadaran warga sekolah, sehingga dikemudian hari warga sekolah tersebut dapat turut bertanggung jawab dalam upaya-upaya penyelamatan lingkungan hidup dan pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Kegiatan utama program ini adalah mewujudkan kelembagaan sekolah yang peduli dan berbudaya lingkungan bagi sekolah dasar dan menengah di Indonesia.

Salah satu sekolah menengah di Indonesia yang mendapatkan penghargaan Sekolah Adiwiyata Nasional sejak tahun 2013 yaitu SMP Negeri 3 Bogor. Berbagai macam elemen yang mendukung kelangsungan SMP Negeri 3 Bogor dalam menjalankan tujuan dari Sekolah Adiwiyata Nasional telah diwujudkan, seperti adanya kurikulum berbasis lingkungan, kebijakan berwawasan lingkungan, kegiatan lingkungan berbasis partisipatif, dan pengelolaan sarana pendukung yang ramah lingkungan. Dengan motivasi yang besar, SMP Negeri 3 Bogor menjalankan program Sekolah Adiwiyata Nasional dengan mengerahkan seluruh warga sekolah untuk tetap semangat menjaga, merawat, serta melestarikan lingkungan sekitar.

Akan tetapi, masyarakat Indonesia khususnya di Kota Bogor selain warga sekolah SMP Negeri 3 Bogor dan orang tua calon peserta didik kurang mengetahui bahwa SMP Negeri 3 Bogor merupakan Sekolah Adiwiyata Nasional. Hal ini menyebabkan berbagai hal penting mengenai tujuan dari Sekolah Adiwiyata Nasional dan identitas SMP Negeri 3 Bogor sebagai Sekolah Adiwiyata Nasional kurang tersampaikan kepada calon konsumen.

Oleh karena hal itu, dengan memanfaatkan media promosi yang bertemakan Sekolah Adiwiyata Nasional sebagai media *positioning*, terdapat peluang untuk merubah identitas SMP Negeri 3 Bogor menjadi Sekolah Adiwiyata Nasional kepada masyarakat selain warga sekolah SMP Negeri 3 Bogor dan orang tua calon peserta didik.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Masyarakat kurang menjaga dan merawat lingkungannya pada saat ini.
- b. Materi pendidikan lingkungan hidup kepada generasi muda dinilai masih kurang diajarkan pada saat ini.
- c. Nilai-nilai kepedulian lingkungan untuk masa mendatang yang ditanamkan pada usia dini di sekolah, khususnya tingkat sekolah menengah pada saat ini masih kurang.
- d. Informasi bahwa SMP Negeri 3 Bogor merupakan Sekolah Adiwiyata Nasional pada saat ini dinilai kurang.
- e. Media promosi mengenai SMP Negeri 3 Bogor merupakan Sekolah Adiwiyata Nasional pada saat ini dinilai kurang efektif terhadap target calon konsumen.

1.3 Permasalahan

- a. Bagaimana membuat media promosi bersifat *positioning* untuk SMP Negeri 3 Bogor yang sesuai dengan target calon konsumen SMP Negeri 3 Bogor ?
- b. Bagaimana memasukkan konsep visual Sekolah Adiwiyata Nasional dalam perancangan media promosi SMP Negeri 3 Bogor agar nilai-nilai lingkungan dapat tersampaikan ke calon konsumen ?

1.4 Ruang Lingkup

Dalam proyek tugas akhir ini, ruang lingkup dibatasi dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV), sehingga akan berkisar pada hal-hal yang dapat ditangani dan diolah melalui pendekatan DKV. Perancangan ini ditujukan untuk SMP Negeri 3 Bogor sebagai instansi pemberi proyek. Batasan yang akan dilakukan selama tugas akhir ini adalah:

- a. Pembuatan konsep perancangan bertema identitas SMP Negeri 3 Bogor sebagai Sekolah Adiwiyata Nasional yang disesuaikan dengan target calon konsumen SMP Negeri 3 Bogor.
- b. Perancangan media promosi yang disesuaikan dengan karakteristik SMP Negeri 3 Bogor yang meliputi:
 - Perancangan media utama yaitu *website*, Facebook, Twitter, brosur, *x banner*, dan *horizontal banner*.
 - Perancangan media pendukung yaitu *goodie bag*, pin, mug, *T-Shirt*, *sticker*, kemasan bibit tanaman, dan buku catatan.
- c. Perancangan ini akan ditujukan kepada target calon konsumen dari SMP Negeri 3 Bogor yang berada di Kota Bogor, yaitu orang tua calon siswa yang merupakan kalangan dewasa berusia antara 38 hingga 45 tahun dan memiliki anak berusia 13 hingga 16 tahun.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini antara lain sebagai berikut :

- a. Membuat media promosi bersifat *positioning* Sekolah Adiwiyata Nasional untuk SMP Negeri 3 Bogor yang sesuai dengan target calon konsumen SMP Negeri 3 Bogor.
- b. Memasukkan konsep visual Sekolah Adiwiyata Nasional dalam perancangan media promosi SMP Negeri 3 Bogor agar nilai-nilai lingkungan dapat tersampaikan ke calon konsumen.

1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

A. Cara Pengumpulan Data :

a. Observasi

“Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki” Supardi (2006:88).

Pada perancangan ini, observasi yang dilakukan yaitu mendatangi langsung SMP Negeri 3 Bogor untuk mendapatkan data langsung secara aktual mengenai perancangan ini sehingga dapat dilakukan perancangan media promosi yang sesuai dengan segmentasi dari SMP Negeri 3 Bogor.

b. Studi Pustaka

“Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll)” Nazir (1998 : 112).

Pada perancangan ini, studi pustaka yang dilakukan yaitu membaca buku-buku literatur dan mencari referensi di internet yang berkaitan dengan perancangan media promosi bertepatan Sekolah Adiwiyata Nasional yang tepat bagi SMP Negeri 3 Bogor.

c. Wawancara

Menurut Sugiono (2009:317), “Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam

menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi”.

Pada perancangan ini, wawancara yang dilakukan yaitu bertemu dengan wakil kepala sekolah SMP Negeri 3 yang menjadi perwakilan program Sekolah Adiwiyata Nasional di SMP Negeri 3 Bogor, perwakilan dari Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah Kota Bogor, Dinas Pendidikan Kota Bogor, dan Konsultan *Marketing* dan *Advertising*. Hal ini dilakukan agar data dan teori yang didapat valid.

B. Analisis dan Penyajian Data :

d. Analisis SWOT

Menurut Kurtz (2008:45), analisis SWOT adalah suatu alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencana untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal.

Pada perancangan ini, analisis SWOT digunakan untuk mengetahui informasi SMP Negeri 3 Bogor tentang pokok persoalan internal dan pokok persoalan eksternal yang berkaitan dengan promosi Sekolah Adiwiyata Nasional SMP Negeri 3 Bogor .

e. Penyajian Data menggunakan Matriks

Pengertian matriks menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) versi *online* adalah “tabel yang disusun di lajur dan jajaran sehingga butir-butir uraian yang diisikan dapat dibaca dari atas ke bawah dan dari kiri ke kanan”

Pada perancangan ini, analisis data matriks penyajian data secara matriks digunakan untuk :

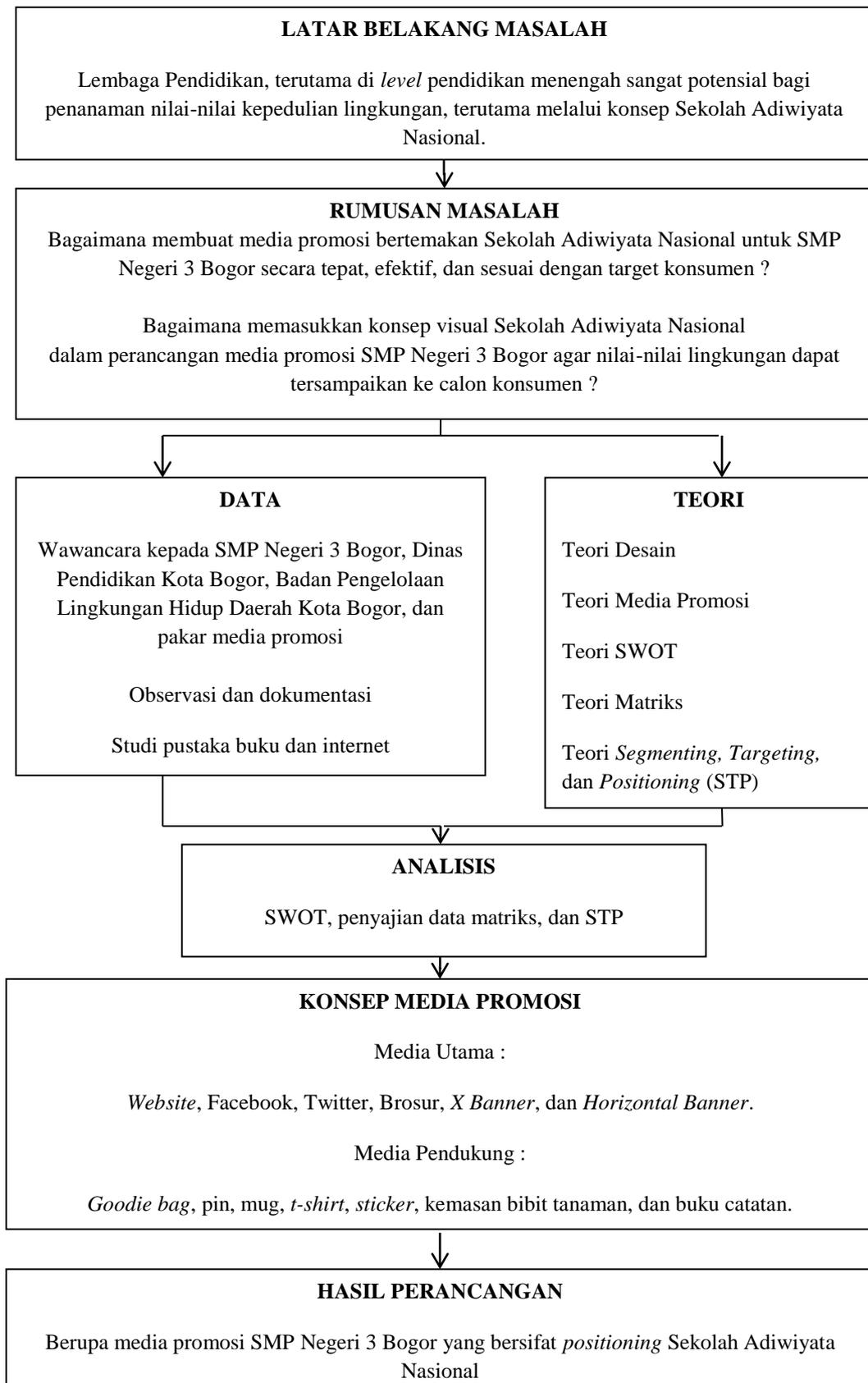
- a. Membandingkan beberapa media promosi lain yang mengangkat masalah lingkungan
- b. Membandingkan beberapa media promosi sekolah.

- Analisis STP

Menurut Kotler (2006:281), “Segmentasi pasar membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok yang khas berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah”.

Pada perancangan ini, analisis STP digunakan untuk mengolah dan menyajikan data yang telah terkumpul mengenai segmentasi pasar SMP Negeri 3 Bogor sehingga perancangan menjadi tepat sasaran.

1.7 Skema Perancangan



1.8 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan, identifikasi permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, skema perancangan, dan pembabakan.

Bab II Dasar Pemikiran

Pada bab ini akan dibahas teori-teori yang berhubungan dan digunakan sebagai dasar pemikiran saat melakukan perancangan. Teori-teori tersebut antara lain teori desain, teori SWOT, penyajian data menggunakan matriks, teori STP, dan teori media promosi.

Bab III Data dan Analisis Masalah

a. Data

Data primer dan data sekunder dijelaskan di bagian ini. Berbagai hal yang termasuk pada data primer adalah hasil wawancara dan hasil observasi, sedangkan hal-hal yang termasuk pada data sekunder adalah studi pustaka, teori media promosi, teori lingkungan hidup, teori desain, dan teori komunikasi.

b. Analisis

Berisi pengolahan data primer maupun data sekunder yang berkaitan dengan obyek perancangan. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode yang sesuai dengan tujuan perancangan, untuk menghasilkan konsep perancangan. Analisis yang digunakan menggunakan analisis SWOT analisis data matriks, dan analisis STP.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini menjelaskan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual yang dipergunakan dalam perancangan media promosi SMP Negeri 3 Bogor sebagai Sekolah Adiwiyata Nasional.

Hasil perancangan dimulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media yang dipilih.

Bab V Penutup

Pada bab ini berisi masukan dan saran terhadap perancangan dan juga hasil perancangan agar dapat dipergunakan sebagai referensi perancangan di kesempatan berikutnya.

