BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan menjadi elemen penting dalam kehidupan manusia. Peran pendidikan berpengaruh besar dalam kehidupan karena dengan adanya pendidikan dapat mengembangkan sumber daya yang dimiliki oleh manusia. Sehingga nantinya hal ini dapat dimanfaatkan dalam kehidupannya. Pendidikan juga menjadi sarana untuk mencerdaskan generasi bangsa, di mana generasi bangsa ini menjadi ujung tombak harapan negara di masa depan (Pahmi & Sukatin, 2020). Tugas generasi penerus tidak hanya sebatas mempertahankan kualitas pendidikan, tetapi juga terus mendorong inovasi dan adaptasi terhadap perubahan zaman agar sistem pendidikan selalu relevan dan mampu menjawab kebutuhan masyarakat di masa depan. Pendidikan yang baik akan mencetak generasi yang mampu berkontribusi secara positif dalam pembangunan bangsa dan menghadapi persaingan global dengan percaya diri.

Sekolah merupakan salah satu jenis pendidikan formal yang digunakan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Ardana, Linda Novi, et al 2023). Saat ini, masyarakat menempatkan sekolah sebagai sarana utama untuk mendapatkan pendidikan. Secara tidak langsung, sekolah menjadi pondasi terhadap kualitas generasi bangsa dan keberhasilan negara dalam mencapai tujuannya. Maka dari itu, kualitas sekolah harus tetap terjaga agar supaya dapat menciptakan siswa yang berkompeten, kreatif, dan berdaya saing tinggi. Sekolah yang berkualitas mampu memberikan pendidikan yang tidak hanya menekankan pada aspek akademik, tetapi juga pengembangan karakter, keterampilan sosial, dan kemampuan berpikir kritis. Dengan demikian, siswa tidak hanya siap menghadapi tantangan di dunia kerja, tetapi juga mampu berkontribusi secara positif dalam kehidupan bermasyarakat serta mencapai potensi maksimal siswa sebagai individu yang berperan penting dalam pembangunan bangsa.

Setiap lembaga sekolah tentu akan mengalami perubahan dari hari ke hari, hingga tahun ke tahun (Mujib, Saptiningsih, 2021). Oleh karena itu, diperlukan sebuah upaya untuk mempertahankan sekolah supaya tetap sesuai dengan perkembangan zaman. Strategi *branding* memberikan kesempatan lembaga sekolah untuk tumbuh dan berkembang. Selain itu, strategi *branding* yang efektif memungkinkan sekolah untuk memperkuat identitasnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan membangun merek yang kuat, sekolah dapat lebih mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat luas. *Branding* yang tepat juga membantu sekolah

untuk menyampaikan visinya dengan jelas, menunjukkan komitmennya terhadap kualitas pendidikan, serta mencerminkan budaya dan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh lembaga tersebut.

Branding merupakan proses pembuatan identitas suatu perusahaan, produk, atau jasa (Ainurrofiqin, 2023). *Branding* tidak hanya berputar di ranah perusahaan. Melainkan, di era saat ini *branding* mutlak diperlukan oleh lembaga pendidikan (Mujib, Saptiningsih, 2021). Membangun *branding* di lembaga pendidikan memiliki posisi penting dalam konteks persaingan antar lembaga, baik di tingkat Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, hingga Sekolah Menengah Atas (Yaqin, 2024). Hal ini nantinya berfungsi sebagai sumber kekuatan dan pembeda dengan pesaing. Melalui proses ini, sekolah tidak hanya mampu menarik siswa baru, tetapi juga mempertahankan kepercayaan para orang tua dan alumni, serta membentuk citra positif yang dapat bertahan dalam jangka panjang.

Di era saat ini, sekolah membutuhkan *branding* yang kuat. Hal ini juga berlaku bagi SMA Negeri 1 Kandangan, sebuah sekolah negeri yang terletak di Kabupaten Kediri bagian timur, berbatasan dengan Kabupaten Jombang dan Kabupaten Malang. Berdiri sejak tahun 1994, SMA Negeri 1 Kandangan memiliki visi "Mewujudkan lulusan berkarakter, berdaya saing, dan berwawasan lingkungan". Namun, sekolah ini belum konsisten dalam menerapkan *branding*nya. Berdasarkan hasil wawancara ibu Istu Handayani, M.Pd., selaku Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kandangan, beliau menyampaikan bahwa saat ini SMA Negeri 1 Kandangan belum memiliki *branding* yang kuat. Hal ini tentunya berdampak bagi seluruh elemen sekolah, baik pemimpin, tenaga pendidik, hingga siswa. Narasumber menyadari bahwa kepemimpinannya di sekolah bersifat sementara, sedangkan sekolah akan terus beroperasi di masa yang akan datang. Oleh karena itu, beliau ingin meninggalkan sesuatu yang bermanfaat melalui upaya *rebranding* SMA Negeri 1 Kandangan, sehingga sekolah ini dapat terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Konteks di atas menjadi lebih relevan mengingat pada bulan Oktober 2023, SMA Negeri 1 Kandangan telah melakukan pembaruan terhadap visi dan misinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak sekolah, perubahan visi misi dilakukan karena terdapat beberapa poin yang dianggap tidak lagi relevan dengan tujuan sekolah. Selain itu, ditemukan misi yang kurang selaras dengan visi. Menurut Martadi (dalam Norma Sampoerno et al., 2022), logo mencerminkan nilai-nilai utama yang mencakup visi, misi, lingkungan kerja, dan budaya organisasi, serta berfungsi sebagai identitas visual yang merepresentasikan sebuah lembaga

atau perusahaan. Sebagai elemen penting dalam *branding*, logo sekolah seharusnya mampu mencerminkan visi dan misi yang diusung, sehingga pembaruan logo menjadi langkah strategis untuk memperkuat citra dan konsistensi identitas sekolah.

Gambar 1.1. 1 Evolusi Logo SMAN 1 Kandangan, 2024
(Sumber: Dokumen SMAN 1 Kandangan)

Saat ini, terdapat empat logo SMA Negeri 1 Kandangan yang beredar di internet. Hal ini dapat dilihat dari gambar di atas. Perbedaan dari tiap-tiap logo cukup terlihat, sehingga berpengaruh terhadap makna dari tiap-tiap elemen logo tersebut. Logo yang tidak konsisten tidak hanya menimbulkan kebingungan di kalangan siswa dan tenaga kerja, tetapi juga melemahkan identitas visual sekolah, yang seharusnya menjadi elemen penting dalam upaya memperkuat citra dan *branding* lembaga pendidikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak sekolah, ditemukan permasalahan lain terkait *branding*, yaitu belum terdaftarnya logo SMA Negeri 1 Kandangan secara resmi dalam Surat Keputusan. Akibatnya, penggunaan logo tidak konsisten dan tidak terstandarisasi dengan baik. Permasalahan tersebut menjadi bukti urgensi serta menjawab alasan peneliti melakukan perancangan ini.

Gambar 1.1. 2 Akun Instagram SMAN 1 Kandangan, 2024
(Sumber: Instagram SMAN 1 Kandangan)

Hasil kuesioner yang dibagikan pada tanggal 24 September 2024 menunjukkan bahwa sebanyak 51 responden yang terdiri atas warga sekolah, guru, dan masyarakat sekitar telah memberikan tanggapan. Sebanyak 78,4% responden setuju bahwa logo memegang peran penting bagi sekolah. Selain itu, sebanyak 82,4% responden menyatakan bahwa penerapan logo SMA Negeri 1 Kandangan belum konsisten. Hal ini menunjukkan perlunya dilakukan *rebranding* terhadap logo sekolah. Dukungan terhadap perancangan *rebranding* juga disampaikan oleh 86,3% responden. Dengan adanya *rebranding* diharapkan bahwa *brand awareness* masyarakat terhadap SMA Negeri 1 Kandangan dapat meningkan, serta dapat mendorong konsistensi dalam penerapan logo sekolah.

Berdasarkan hasil observasi, para tenaga pendidik, staf, hingga siswa kurang peduli terhadap konsistensi penerapan logo. Hal ini dapat dibuktikan dari penggunaan desain logo yang berbeda di beberapa media, seperti poster informasi, website sekolah, media sosial, hingga seragam. Meskipun demikian, visual merupakan bagian penting dari citra sekolah yang mempengaruhi persepsi masyarakat. Akibatnya, tidak ada upaya bersama untuk menjaga konsistensi dalam penggunaan logo. Hal ini semakin diperparah oleh minimnya pedoman resmi yang mengatur penggunaan logo.

Gambar 1.1. 3 Bus Sekolah SMAN 1 Kandangan, 2024
(Sumber: Dokumen SMAN 1 Kandangan)

Konsistensi dalam penerapan logo sangat berkaitan erat dengan *brand awareness*, di mana masyarakat akan lebih mudah mengenali dan mengingat sebuah institusi yang memiliki elemen visual yang jelas dan konsisten. *Brand awareness* warga SMA Negeri 1 Kandangan tercermin dari tidak adanya pemahaman mendalam terkait pentingnya penerapan logo secara konsisten. *Brand awareness* sendiri merujuk pada kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek dengan melihat sesuatu yang dapat menggambarkan identitas

brand (Pratama & Rakhman, 2022). Merek dalam konteks ini yaitu SMA Negeri 1 Kandangan sebagai lembaga pendidikan.

Gambar 1.1. 4 Badge Seragam SMAN 1 Kandangan, 2024
(Sumber: Dokumen SMAN 1 Kandangan)

Kurangnya konsistensi dalam penerapan logo yang berbeda pada berbagai media, memperlemah kemampuan masyarakat untuk mengenali SMA Negeri 1 Kandangan dengan citra yang kuat dan mudah diingat. Hal ini berpengaruh terhadap turunnya daya saing di tengah banyaknya pilihan sekolah lain. Dengan demikian, upaya peningkatan *brand awareness* melalui perbaikan logo menjadi penting untuk membangun citra positif dan meningkatkan daya tarik SMA Negeri 1 Kandangan di mata masyarakat.

Gambar 1.1. 5 Akun Instagram SMAN 1 Kandangan, 2024
(Sumber: Instagram SMAN 1 Kandangan)

Pemanfaatan media sosial juga dapat menjadi solusi untuk meningkatkan *brand awareness*. Beberapa institusi, perusahaan, hingga pemerintahan mulai memanfaatkan media sosial sebagai media promosi karena membutuhkan biaya yang sedikit dan dapat menjangkau konsumen secara langsung (Nurnisya & Ardiyanto, 2023). Instagram merupakan salah satu

media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari perusahaan analisis pasar media sosial, Napoleoncat, melaporkan pada Agustus 2024 terdapat 90 juta pengguna Instagram di Indonesia. SMA Negeri 1 Kandangan sendiri telah memiliki akun Instagram resmi dengan *username* @sman1kandangankediri. Namun, dalam pemanfaatannya masih kurang optimal. Postingan yang dibagikan hanya berupa prestasi siswa dan gutu, peringatan beberapa hari besar, dan video promosi untuk PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru). Adanya akun Instagram seharusnya dapat menjadi peluang untuk membentuk citra sekolah.

Dari beberapa permasalahan tersebut diperlukan sebuah solusi, yaitu *rebranding*. *Rebranding* ada untuk membangun citra yang lebih kuat lagi bagi instansi dengan tujuan untuk memperbaiki dan menciptakan identitas yang khas dan menonjolkan keunggulan uniknya, sehingga sekolah tersebut dapat dibedakan dari pesaing-pesaingnya (Zahra, 2024). Kualitas sekolah perlu ditingkatkan untuk tetap bersaing dengan perkembangan zaman. Dengan adanya *rebranding* SMA Negeri 1 Kandangan diharapkan dapat memperkuat *branding* yang sesuai dengan citranya, serta dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang dijabarkan dalam latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

a. Kurangnya konsistensi dalam penerapan logo sekolah menciptakan kebingungan dan mengurangi profesionalitas identitas visual SMA Negeri 1 Kandangan. Hal ini terlihat dari adanya empat versi logo yang tersebar.
b. Tidak terdapat panduan resmi terkait logo sekolah menyebabkan penggunaan logo tidak terstandarisasi, sehingga citra visual sekolah kurang kuat dan berisiko tidak dikenali oleh masyarakat.
c. Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 54,9% responden menyadari adanya responden menyadari adanya inkonsistensi dalam penerapan logo sekolah, yang menunjukkan perlunya penguatan *brand awareness* sehingga logo dapat lebih dikenal sebagai identitas SMA Negeri 1 Kandangan secara menyeluruh.
d. Perubahan visi dan misi SMA Negeri 1 Kandangan pada Oktober 2023 mendorong kebutuhan *rebranding*, sehingga lebih selaras dengan tujuan sekolah dan meningkatkan citra di mata masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *rebranding* SMA Negeri 1 Kandangan Kabupaten Kediri guna meningkatkan *brand awareness*?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan guna memudahkan pembahasan sehingga sesuai dengan tujuan perancangan. Batasan masalah dalam perancangan ini yaitu:

a. Fokus perancangan yaitu pada perancangan ulang logo SMA Negeri 1 Kandangan sebagai representasi visual utama dari identitas SMA Negeri 1 Kandangan.
b. Perancangan tidak membahas aspek lain seperti kurikulum atau prestasi akademik sekolah, tetapi difokuskan pada upaya untuk meningkatkan *brand awareness* di kalangan siswa, orang tua, dan masyarakat umum melalui penerapan logo yang lebih konsisten dan pengembangan media sosial.
c. Hasil akhir perancangan ini berupa logo baru yang sesuai dengan nilai-nilai sekolah, panduan penggunaan logo, program *branding*, serta media pendukung yang dapat memperkuat citra sekolah di masyarakat.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut:

a. Menciptakan logo baru SMA Negeri 1 Kandangan yang tidak hanya konsisten secara visual tetapi juga mampu merepresentasikan nilai-nilai dan identitas yang sesuai dengan visi dan misi sekolah.
b. Menyusun panduan penggunaan logo (*brand guideline*) sebagai acuan resmi, sehingga penerapan logo dapat terstandarisasi di semua media.
c. Membangun citra institusi yang lebih kuat di kalangan warga sekolah dan masyarakat, sehingga SMA Negeri 1 Kandangan dapat dikenali sebagai sekolah yang memiliki identitas visual profesional dan relevan dengan perkembangan zaman.
d. Mengembangkan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat citra sekolah di mata masyarakat.

1.6 Manfaat Perancangan

Adanya perancangan *rebranding* SMA Negeri 1 Kandangan diharapkan membawa manfaat bagi peneliti, sekolah, dan masyarakat, sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat bagi akademisi:

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi, khususnya pada program studi Desain Komunikasi Visual dengan minat penelitian serupa.

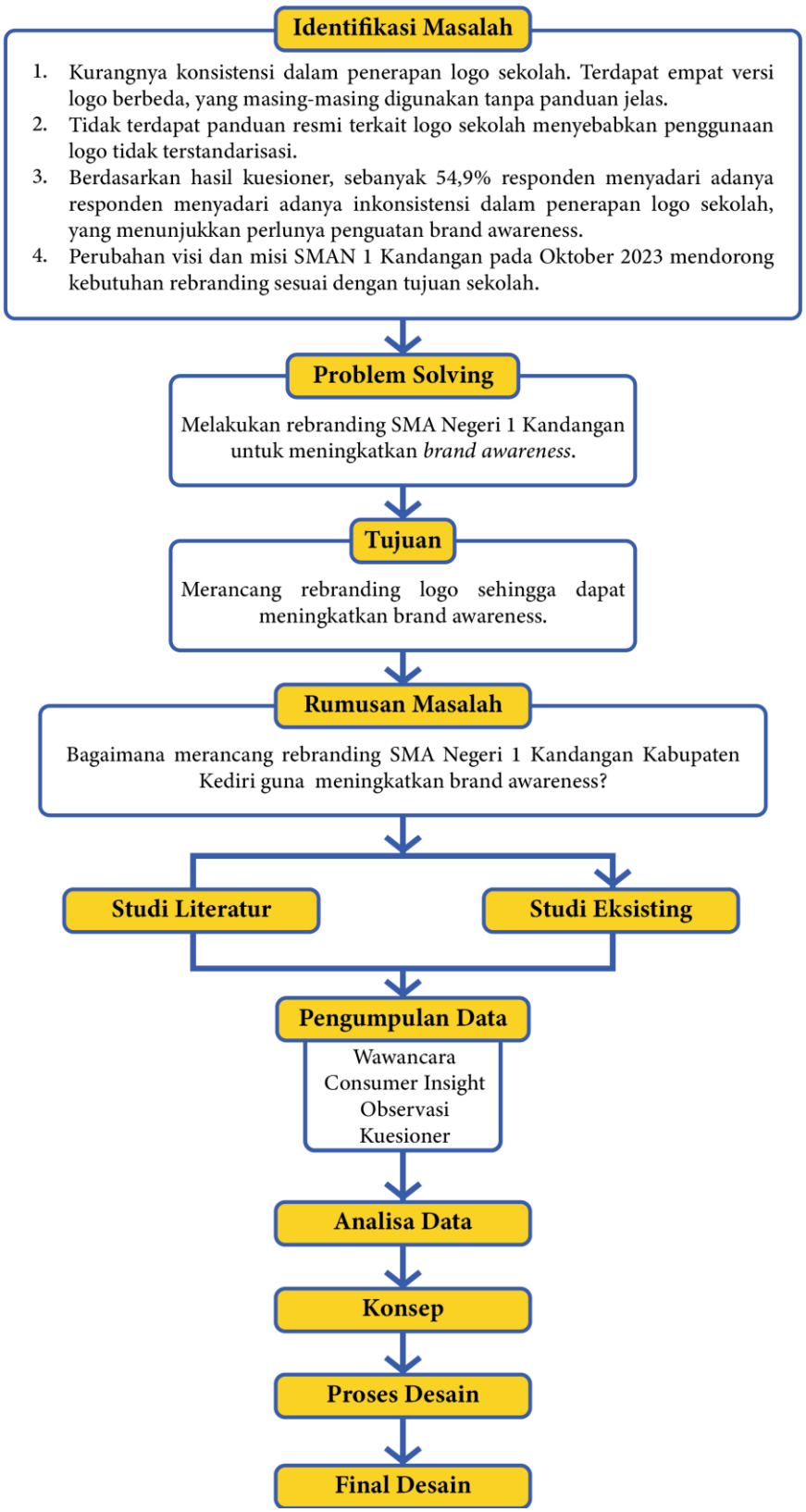
1.6.2. Manfaat bagi sekolah:

Hasil perancangan diharapkan dapat membantu SMA Negeri 1 Kandangan dalam memperkuat identitas visual dan meningkatkan *brand awareness*, sehingga dapat menarik lebih banyak perhatian dari calon siswa dan masyarakat umum. Dengan *rebranding* yang tepat, sekolah juga dapat meningkatkan citra dan daya saingnya di antara sekolah-sekolah lain.

1.6.3. Manfaat bagi masyarakat:

Bagi masyarakat, terutama bagi orang tua dan siswa, sebagai referensi dalam memilih institusi pendidikan yang memiliki reputasi baik. Selain itu, peningkatan *branding* sekolah juga dapat memperluas kesadaran masyarakat akan pentingnya citra sekolah dalam mendukung proses belajar.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 7. 1 Kerangka Perancangan, 2024
(Sumber: Dokumen Pribadi)