

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Anak adalah makhluk ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang adil secara hukum, ekonomi, politik, sosial dan budaya, demi kehormatan, harkat dan martabatnya, tanpa membedakan agama, ras, suku atau golongan. Anak merupakan penerus bangsa dan akan menjadi pengaruh terhadap masa depan dan nasib seluruh bangsa di era yang akan datang (Mufidah, 2014). Maka dari itulah, anak yang menentukan masa depan bangsa sehingga untuk memikul tanggung jawab tersebut, maka mereka memerlukan perhatian dan perlu mendapatkan kesempatan untuk mendapat perkembangan yang baik dari segi akal, fisik, dan mental demi membangun karakter berakhlak mulia.

Anak sangat perlu dijamin haknya untuk hidup berkembang dan terus tumbuh sesuai dengan kodrat dan hakekatnya. Oleh karena itu, kita harus mencegah seluruh bentuk sikap yang mengganggu dan melanggar hak-hak anak, termasuk berbagai bentuk diskriminasi, eksploitasi, dan kekerasan yang tidak manusiawi tanpa pengecualian (Mufidah, 2014). Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia mencakup hak-hak anak, namun pemenuhan tanggung jawab dan kewajiban orang tua, keluarga, masyarakat, pemerintah dan negara untuk melindungi anak tetap

memerlukan dasar hukum mengenai pemeliharaan dan tanggung jawabnya (Mufidah, 2014).

Tanggung jawab utama orang tua untuk perkembangan dan pertumbuhan anak mereka (Prinst, 1997). Pengasuhan bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan anak dilandasi kasih sayang yang tanpa pamrih. Dalam istilah fiqih, "*Kaffalah*" dan "*Hadhanah*" memiliki maksud pemeliharaan atau pengasuhan (Juhar, 2015). *Hadhanah* merupakan pengasuhan dalam arti mendidik dan mengasuh oleh pengasuh perempuan hingga dewasa (Mughniyah, 2006). Pengasuhan ini mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah ekonomi, pendidikan, dan kebutuhan dasar anak.

Kementerian Sosial Republik Indonesia mengartikan panti asuhan adalah lembaga kesejahteraan anak yang bertanggung jawab memberikan pelayanan sosial kepada anak terlantar dengan memberikan bantuan terhadap anak terlantar. Panti asuhan menggantikan orang tua/wali angkat untuk memenuhi kebutuhan sosial, fisik, dan mental anak asuh, sehingga anak asuh tersebut berperan aktif dalam mewujudkan cita-cita generasi penerus bangsa dan memastikan bahwa anak memiliki kesempatan yang luas dan memadai (Maghfiroh, 2019).

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pengertian panti asuhan adalah tempat tinggal atau rumah untuk membantu dan merawat anak yatim, yatim piatu, dan lainnya. Panti asuhan merupakan lembaga

yang terkenal dimana mengembangkan anak-anak yang tidak berkeluarga atau tidak tinggal dengan keluarga (Santoso, 2005). Sebuah panti asuhan juga dapat ditunjuk atau sebagai keluarga ketika orang tua anak tidak mampu membesarkan atau merawat anak secara memadai. (Musdalifah, 2007).

Dewasa ini memang mulai bermunculan pula lembaga-lembaga tak lain adalah panti asuhan yang dimana memanfaatkan teknologi menjadi media promosi mengenai produk maupun jasa mereka yang dimana hal tersebut dapat meyakinkan mengenai kinerja panti asuhan dan juga dapat mengajak dan menarik minat calon donatur karena teknologi telah menjadi bagian dari kehidupan manusia.

Orang-orang sepertinya tidak dapat berfungsi tanpa alat dari smartphone, tablet, komputer dan produk teknologi terbaru. Berbagai aspek kehidupan kita sehari-hari seperti belanja, bekerja, belajar, mencari informasi, bersosialisasi bahkan melakukan zakat dapat dilakukan dengan bantuan teknologi. Perkembangan teknologi di Indonesia tak terlepas pula pada alat-alat teknologi modern ini, tapi berkembang pula system komunikasi global yang biasa kita sebut *internet*. Dengan mulai beredarnya internet pada awal 1990-an, perkembangan teknologimenjadi lebih komersil dan individual, terutama yang melibatkan perdagangan internet. Pada tahun 2020 sendiri, riset dari platform Hootsuite dan agenshi marketing We Are Social merilis bahwa perkembangan internet makin maju dengan pemakai internet di Indonesia mengalami peningkatan hingga 175,4 juta orang yang

dimana mencakup 70 persen dari jumlah penduduk Indonesia (Mahardika, 2021).

Media sosial merupakan media di internet yang menjadikan penggunaanya untuk dapat berekspresi dan berinteraksi, berbagi, berkolaborasi, dan melakukan komunikasi dengan orang lain untuk bersilaturahmi secara virtual. Pengenalan, kerjasama dan komunikasi merupakan tiga bentuk dari makna sosial (Nasrullah, 2015). Tidak dapat disangkal bahwa media sosial adalah sarana komunikasi baru saat ini. Media sosial ini berdampak tinggi pada gaya hidup yang baru pada masyarakat sekarang. Hal ini menjadikan gagasanbaru bahwa media sosial memiliki tempat sebagai media promosi. Selain itu dengan menyediakan tempat sebagai media promosi, juga biasa menjadi sarana pengenalan suatu hal baru kepada khalayak umum. Maka dari itu promosi memegang peran penting dalam penjualan suatu jasa maupun produk.

Instagram adalah media sosial yang digandrungi banyak orang, dan memiliki peluang besar sebagai platform untuk promosi. Instagram adalah media sosial yang sebelumnya sudah disebutkan bahwa media sosial ini banyak digandrungi masyarakat dan salah-satunya memiliki peluang besar sebagai platform untuk promosi. *Social Media Campaign* melalui Instagram termasuk cara pemasaran yang paling murah jika dibandingkan dengan pemasaran offline atau manual seperti contohnya brosur, poster, baliho, dan sebagainya. Pengguna Instagram di Indonesia sendiri per Februari 2021 mencapai 82 juta orang lebih (Mahardika, 2021).

Berdasarkan riset Business and Apps, Social Media Campaign melalui Instagram sendiri memiliki tingkat engagement 23 kali lebih tinggi daripada Facebook. Hal ini disebabkan karena Instagram menggunakan visual sebagai konten utamanya (Mahardika, 2021). Pemrosesan visual pada otak manusia bekerja 60 ribu kali lebih cepat ketimbang teks. Ini membuktikan bahwa visual lebih dapat menarik orang dan juga penyerapan informasi yang lebih mudah (Mahardika, 2021).

Panti Asuhan Ar-Royyan merupakan salah satu lembaga kemasyarakatan yang berletak di Kota Malang dimana saat ini memiliki 23 anak asuh yang umumnya berdomisili daerah Jawa Timur. Panti Asuhan Ar-Royyan menerima anak yang merupakan anak yatim, piatu, dan dhuafa. Untuk memenuhi keperluan dasar anak asuh di Panti Asuhan Ar-Royyan berupa makanan dengan gizi cukup; kebutuhan hak-hak anak asuh lainnya dengan menyediakan tempat tinggal berupa asrama; dan juga pelayanan serta perawatan untuk tumbuh berkembang anak asuh berupa hak pendidikan formal mulai dari Taman Kanak-Kanak, SD, SLTP hingga SLTA; dan juga bimbingan agama, seperti membimbing anak-anak asuh untuk melaksanakan sholat lima waktu secara berjamaah, Madrasah Diniyah yang dimana merupakan lembaga keagamaan diluar jalur sekolah sehingga melengkapi pelajaran agama yang diberikan pada sekolah formal, dan juga Taman Pendidikan Al-Qur'an atau TPQ yaitu pengajaran membaca Al-Qur'an. (Wawancara pengurus Panti Asuhan Ar-Royyan).

Saat ini pula masyarakat umum hanya mengetahui sisi luar dari Panti

Asuhan Ar-Royyan tanpa mengetahui kegiatan yang. Ini membuktikan bahwa kurangnya Pantu Asuhan Ar-Royyan dalam transparansi informasi dimana dengan adanya transparansi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat mengenai Pantu Asuhan Ar-Royyan. Peningkatan kepercayaan tersebut dapat mempengaruhi wali calon anak asuh dalam penyerahan calon anak asuh di bawah bimbingan Pantu Asuhan Ar-Royyan. Kepala Pantu Asuhan Ar-Royyan mengharapkan pengaruh besar dengan penggunaan teknologi terutama media sosial Instagram karena kurangnya perhatian mengenai sumber digital akan Pantu Asuhan Ar-Royyan dan juga diharap dapat menjadi wadah informasi Pantu Asuhan Ar-Royyan. Menjadi alasan perancang karena selama ini belum adanya media promosi terutama kepada wali calon anak asuh dan juga khayalak luas untuk mengetahui informasi mengenai Pantu Asuhan Ar-Royyan. Atas dasar latar belakang tersebut, maka perancang tertarik untuk melakukan perancangan dengan judul “*Perancangan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Pantu Asuhan Ar-Royyan*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dan juga untuk mencapai pembahasan yang jelas, pasti dan tidak meluas berkenaan dalam perancangan konten *Instagram* sebagai media promosi Pantu Asuhan Ar-Royyan maka dirumuskanlah permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana langkah merancang konten *Instagram* sebagai media promosi untuk membangun kepercayaan wali calon anak asuh beserta cara menghidupkan motivasi calon donatur untuk dapat berdonasi di Panti Asuhan Ar-Royyan?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari perancangan konten *Instagram* untuk Panti Asuhan Ar-Royyan adalah sebagai berikut:

Membuat perancangan konten *Instagram* sebagai media promosi untuk menghidupkan kepercayaan wali calon anak asuh beserta cara menghidupkan motivasi calon donatur untuk dapat berdonasi di Panti Asuhan Ar-Royyan.

1.4 Manfaat

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian tidak hanya akan memberikan wawasan tetapi juga menjadi sumber referensi seputar promosi dengan platform media sosial *Instagram*.
- b. Hasil penelitian memberikan kontribusi dalam desain, terutama seputar konten dengan platform media sosial *Instagram*.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Dapat menjadi pandangan baru terhadap masyarakat mengenai promosi Panti Asuhan dengan platform media sosial Instagram.
- b. Dapat menambah pengalaman baru bagi mahasiswa pada bidang riset dan dapat menjadi penunjang dan sumber baru mengenai topik yang berkaitan dengan konten dengan platform media sosial Instagram.
- c. Dapat menjadi pandangan bagi *stakeholder* untuk mengetahui hasil dari konten yang dengan platform media sosial Instagram.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan konten Instagram berdasarkan rumusan di atas adalah:

1.5.1 Batasan Objek Perancangan

Perancangan iklan dengan platform sosial media Instagram akan dirancang dengan kebutuhan atau kegiatan riil daripada Panti Asuhan Ar- Royyan dimana mencakup beberapa fitur Instagram sebagaimana penjabarannya adalah sebagai berikut:

- a. Konten Instagram menjelaskan informasi umum mengenai

Panti Asuhan Ar-Royyan.

- b. Konten Instagram menjelaskan informasi umum mengenai anak asuh Panti Asuhan Ar-Royyan.
- c. Konten Instagram mengajak dan meyakinkan wali calon anak asuh dengan menunjukkan kegiatan yang dilakukan.
- d. Konten Instagram menjelaskan informasi mengenai cara berdonasi di Panti Asuhan Ar-Royyan.
- e. Konten Instagram mengajak dan meyakinkan calon penyumbang dengan menggunakan kalimat persuasif.
- f. Konten Instagram mengajak dan meyakinkan calon penyumbang dengan menggunakan visual yang menggambarkan pengembangan berupa kegiatan-kegiatan yang dilakukan anak asuh Panti Asuhan Ar-Royyan.

1.5.2 Batasan Teknologi

Dalam mensukseskan perancangan ini, penggunaan peranti lunak yang digunakan dalam merancang konten Instagram untuk Panti Asuhan Ar-Royyan adalah sebagai berikut:

- a. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator difungsikan sebagai perancangan desain konten Instagram.

b. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop digunakan untuk pengedit gambar setelah dilakukan pemotretan obyek yang digunakan pada desain konten Instagram.

1.5.3 Target

Pembatasan target *audience* sangat diperlukan dalam perancangan agar hasil rancangan lebih terfokus dan dapat ditentukan desain dari konten *Instagram* untuk Panti Asuhan Ar-Royyan.

a. Batasan target utama mengacu pada wali calon anak asuh Panti Asuhan Ar-Royyan dimana tidak mampu dalam mengurus calon anak asuh yang dimana lebih spesifiknya adalah:

1. Demografis: Usia 30-45 tahun, pendapatan rendah.
2. Psikografis: Memiliki kepribadian terbiasa menggunakan *smartphone*.
3. Geografis: Jawa Timur

b. Batasan target sekunder mengacu pada pihak eksternal Panti Asuhan yakni calon donatur sebagaimana perancangan ini dirancang sebagai media promosi. Untuk lebih spesifik, maka perancang membatasi target sekunder sebagai berikut:

1. Demografis: Usia 25 tahun keatas, pendapatan sedang ke atas.
2. Psikografis: Memiliki kepribadian terbiasa menggunakan *smartphone* dan *internet*.
3. Geografis: Malang Raya, Jawa Timur

1.5.4 Batasan Media

Batasan Media dalam perancangan ini adalah media sosial *Instagram* dimana mencakup perancangan fitur Instagram yaitu Instagram Feed. Instagram Feed adalah tampak awal pada halaman utama saat pertama kali membuka aplikasi Instagram yang dimana umumnya berupa foto dan video terbaru dan yang disarankan. Tampak pula pada suatu akun Instagram dimana ditampilkan berupa grid tiga panel ke bawah.

1.6 Metode

1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dan waktu penelitian dilaksanakan di lokasi Ar-Royyan yang beralamat di Jl. Terusan Sulfat No.47, Pandanwangi, Kec. Blimbing, Kota Malang. Merupakan panti asuhan di bawah Yayasan Ukhuwah Insaniyah. Penelitian dilakukan dari bulan Oktober 2021 dengan melakukan pengumpulan data secara wawancara, observasi dan studi pustaka di tempat kepada kepala, pengurus, dan juga anak asuh

panti asuhan. Yang selanjutnya pada tahun 2022 dilakukan perancangan dan uji coba yang dilakukan kepada masyarakat umum.

1.6.2 Bahan dan Alat Penelitian

A. Bahan Penelitian

Bahan yang akan dipergunakan pada penelitian ini meliputi data wawancara, observasi & pengamatan, dan data dokumen.

B. Alat penelitian

Software perancangan yang digunakan adalah *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*. *Handphone ZenFone 4 Selfie* yang digunakan untuk perekaman suara saat dilaksanakannya wawancara dan juga kamera Nikon dengan seri D3300 untuk pemotretan foto infrastruktur, dan kegiatan yang sedang berlangsung.

1.6.3 Pengumpulan Data dan Informasi

Pengumpulan data diperlukan untuk memperoleh informasi terkait untuk mendukung pengerjaan “Perancangan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Mengenai Panti Asuhan Ar-Royyan Kota Malang”

A. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan dilaksanakannya tanya jawab dengan narasumber secara tatap muka dengan pertanyaan terkait objek yang akan diteliti. Wawancara akan dilakukan terhadap delapan narasumber yang terdiri dari tenaga kerja Panti Asuhan Ar-Royyan dan juga anak asuh Panti Asuhan

Ar-Royyan untuk mendapatkan data mengenai permasalahan yang sedang dialami oleh Panti Asuhan Ar-Royyan dan juga data untuk konten Instagram.

B. Observasi & Pengamatan

Teknik pengumpulan data dan informasi yang dilakukan di lapangan secara langsung. Observasi dilakukan di Panti Asuhan Ar-Royyan, mulai dari mengamati infrastruktur, dan juga kegiatan yang dilakukan oleh anak asuh. Pada proses ini juga dilakukan pengambilan foto yang digunakan pada saat perancangan. Dan juga pengumpulan data dan informasi adalah dengan dilakukan pengamatan pada beberapa sign yang telah ada di Panti Asuhan Ar-Royyan.

C. Dokumen

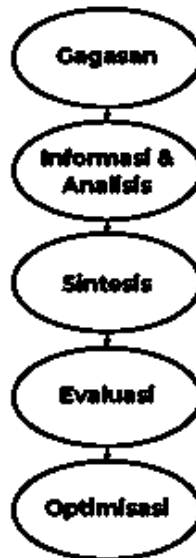
Pengumpulan data dan informasi juga dilakukan melalui dokumen-dokumen Panti Asuhan Ar-Royyan sebelumnya yaitu berupa buku “Profil Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Ar-Royyan Tahun 2020” dan juga foto-foto dokumentasi.

1.6.2 Analisis Data

5W+1H (*What, Who, Why, When, Where, How*) adalah analisis yang digunakan guna mengetahui perilaku target masalah dalam penelitian ini. Metode 5W+1H merupakan metode analisis yang sering digunakan untuk melihat secara detail suatu masalah untuk membantu menyelesaikannya (Zahra et al., 2014) dan dinilai pantas untuk menemukan alasan dibuatnya perancangan ini.

1.6.3 Prosedur

Metode J. Christopher Jones



*Gambar 1. 1 Prosedur Metode J. Christopher Jones
Sumber: Perancang*

Metode desain yang dijelaskan oleh J. Christopher Jones merupakan metode yang umum dan dapat digunakan dalam bidang desain komunikasi visual (Wianda, 2010). Penggunaan teknik J. Christoper Jones memiliki keefektifan, relevansi berhubungan, kenyamanan, familiar, dan kritik. Metode yang disebutkan oleh J. Christopher Jones menggunakan metode desain yang umum, sehingga metodologi ini dapat digunakan dalam bidang studi desain komunikasi visual. Metode J. Christopher Jones yang digunakan dalam perancangan ini menyebutkan lima metode desain (S. Synder & J. Catanese, 1989). Berikut 5 cara tersebut :

A. Gagasan

Untuk memulai perancangan, ada proses identifikasi dan mempersempit

masalah melalui wawancara terhadap klien. Dalam hal ini, desainer memberikan imajinasi yang disesuaikan bidangnya dan mendorong klien untuk meningkatkan hasil akhir desain.

B. Informasi dan Analisis

Langkah untuk pengumpulan data dan setelahnya informasi yang didapat akan dianalisis tentang masalah yang akan diselesaikan. Persiapan melibatkan pengumpulan analisis dan sistematis informasi tentang proyek tersebut.

C. Sintesis

Merupakan langkah untuk mengajukan usulan proses perancangan. Usulan harus mempertimbangkan berbagai pertimbangan dari konteks sosial, ekonomi, fisik, estetika dan nilai desain. Langkah ini dilakukan dari awal hingga akhir proses desain. Jadi perancang harus selalu terbuka untuk saran dan ide selama proses desain.

D. Evaluasi

Evaluasi desain akan dilakukan pada beberapa skala yang mencakup banyak peserta. Diskusi ini berfokus pada evaluasi alternatif yang diusulkan.

E. Optimisasi

Merupakan langkah yang pengaplikasian hasil desain, atau proses ini disebut juga proses produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan ini, perancang memaparkan dalam bentuk beberapa bagian untuk mempermudah dan mengetahui pembahasan laporan ini secara menyeluruh dengan ketentuan seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, metode, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjaun pustaka meliputi:

- A. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dan menjadi acuan untuk perancangan yang akan dilakukan.
- B. Teori terkait berisi tentang pemahaman dasar mengenai media sosial, media promosi, desain, dan copywriting yang menjadi panduan dalam pemahaman isi perancangan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Analisis dan perancangan meliputi:

A. Analisis

Berisi identifikasi dari masalah yang terjadi

sebagaimana menjadi alasan perancangan untuk mengambil topik yang diangkat hingga pemecahan masalah yang dilakukan oleh perancang.

B. Perancangan

Berisi konsep perancangan dan proses perancangan desain sebagaimana telah disesuaikan dengan analisis yang telah dilakukan sebelumnya oleh perancang.