

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki latar belakang suku bangsa, agama dan ras yang berbeda di setiap daerahnya. Keberagaman latar belakang yang dimiliki Indonesia diharapkan tidak memudarkan semangat nasionalisme serta memecah-belah persatuan rakyat Indonesia, sebaiknya akan mempererat satu sama lain. Semangat nasionalisme rakyat Indonesia, harus tetap dipertahankan dan dilestarikan keberadaannya supaya tidak memudar. Hal ini tertuang dalam semboyan negara Indonesia yaitu Bhinneka Tunggal Ika sebagai modal negara untuk bersatu. Menurut Dr. Muhammad Yusril, Bhinneka Tunggal Ika dalam pengertian harafiah adalah berbeda tetapi tetap satu. Artinya, walaupun Bangsa Indonesia mempunyai latar belakang yang berbeda baik dari suku, ras, dan agama tetapi tetap satu yakni sebagai Bangsa Indonesia. Namun saat ini pemahaman mengenai Bhinneka Tunggal Ika semakin diabaikan dan memberikan dampak lunturnya semangat nasionalisme di Indonesia, terutama kalangan generasi muda. Oleh karena itu, perlu adanya pengajaran nilai-nilai Pancasila yang dapat membangkitkan rasa nasionalisme serta melestarikan semboyan Bhinneka Tunggal Ika seperti nilai-nilai yang diajarkan dalam organisasi kepanduan, yaitu Gerakan Pramuka.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2014, pendidikan kepramukaan diwajibkan sebagai pendidikan wajib pada tingkat dasar dan menengah. Adanya kewajiban mengikuti Pramuka di sekolah bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai Pancasila pada generasi muda agar semangat nasionalisme semakin kuat. Dengan adanya hal tersebut, maka anggota Gerakan Pramuka semakin meningkat. Namun, minat generasi muda masih belum dirasakan karena hal-hal yang diajarkan hanya sebatas perolehan nilai semata, sehingga tidak tertanam dan tercermin dalam kehidupan sehari-hari.

Gerakan Pramuka sudah berlangsung selama puluhan tahun di seluruh Indonesia, terhitung sejak diperkenalkannya secara resmi pada tanggal 14 Agustus 1961. Gerakan Pramuka Indonesia adalah nama organisasi pendidikan nonformal yang menyelenggarakan pendidikan kependuan di Indonesia. Kata “Pramuka” merupakan singkatan dari Praja Muda Karana, yang artinya adalah rakyat muda yang suka berkarya. Untuk mempertemukan Pramuka seluruh Indonesia diadakan pertemuan besar Pramuka yang disebut Jambore. Hingga saat ini kegiatan Jambore masih terpusat di Pulau Jawa karena akses transportasi yang mudah sekaligus merupakan pusat pemerintahan di Indonesia.

Menurut Bapak Benny Kurniawan, Satgiat Humas Kwardcab Kota Bandung, peminat Gerakan Pramuka dirasakan sangat rendah pada siswa sekolah menengah pertama, karena pada tingkat ini generasi muda dihadapkan dengan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler yang lebih populer dibandingkan Pramuka. Di Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung, Gerakan Pramuka memiliki anggota yang cukup banyak terkait dengan diwajibkannya kurikulum 2013. Namun, minat untuk mengikuti kegiatan ini masih kurang akibat sosialisasi yang belum jelas tentang Pramuka terhadap generasi muda.

Kegiatan Pramuka di masing-masing sekolah belum dapat dipastikan berjalan dengan baik. Adanya ketentuan mengenai kewajiban pendidikan teoritis tentang Pramuka di tingkat sekolah dasar hingga sekolah menengah atas dapat mengakibatkan minat generasi muda semakin berkurang dan kegiatan praktik yang seharusnya dipelajari mulai ditinggalkan. Suasana belajar mengajar yang dilakukan hanya sebatas di dalam ruangan kelas dapat membuat remaja merasa jenuh dan semakin mengabaikan intisari pembelajaran yang seharusnya tercermin dalam kehidupan sehari-hari demi tercapainya kepribadian dan karakter generasi muda yang lebih baik.

Lain halnya dengan Gugus Depan yang dimiliki oleh Unit Kegiatan Pramuka ITB. Kegiatan Pramuka yang diajarkan jauh lebih menyenangkan dan inovatif dibandingkan dengan kegiatan Pramuka yang dilakukan di sekolah-sekolah. Kegiatan

Pramuka dalam Unit Kegiatan Pramuka ITB lebih mengedepankan kegiatan praktik dan bermain di alam. Gugus Depan yang dimiliki Unit Kegiatan Pramuka ITB terbuka untuk umum dan dapat mewadahi kegiatan Pramuka di luar sekolah. Hal ini dapat menanggulangi kejenuhan yang dialami para remaja dengan kegiatan yang membosankan di sekolah. Adapun tujuan dan manfaat mengikuti kegiatan Pramuka melalui Unit Kegiatan Pramuka ITB adalah untuk mengajarkan pendidikan Pramuka secara inovatif demi membentuk kepribadian dan karakter generasi muda yang lebih baik.

Dengan adanya Unit Kegiatan Pramuka ITB di Kota Bandung, diharapkan dapat mendukung terselenggaranya kurikulum 2013 demi tercapainya kepribadian dan karakter generasi muda yang lebih baik. Akan tetapi belum ada promosi ataupun sosialisasi secara menyeluruh terhadap generasi muda di Kota Bandung mengenai kegiatan Pramuka melalui Unit Kegiatan Pramuka ITB. Oleh karena itu, melalui bidang ilmu desain komunikasi visual, Penulis membuat konsep untuk mempromosikan Unit Kegiatan Pramuka ITB sebagai wadah kegiatan Pramuka yang inovatif agar minat generasi muda terhadap Pramuka dapat semakin meningkat dan pendidikan karakter akan tercapai dengan baik.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka Penulis merumuskan permasalahan dan ruang lingkup sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang strategi visual melalui *branding* dan promosi yang menarik bagi generasi muda di Kota Bandung, khususnya tingkat sekolah menengah pertama, agar minat mengikuti kegiatan Pramuka melalui Unit Kegiatan Pramuka ITB dapat meningkat sebagai sarana pembentukan kepribadian dan karakter yang lebih baik ?
2. Media apakah yang efektif dan efisien untuk mempromosikan Unit Kegiatan Pramuka ITB kepada generasi muda di Kota Bandung, khususnya tingkat sekolah menengah pertama ?

1.2.2 Ruang Lingkup

Mengingat luasnya permasalahan dalam laporan pengantar tugas akhir ini, maka Penulis membatasi permasalahan yaitu dengan target perancangan bagi siswa sekolah menengah pertama, perempuan dan laki-laki yang berusia 12-15 tahun tinggal di Kota Bandung, dilakukan dalam kurun waktu mulai dari Agustus 2014 hingga November 2014.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan berdasarkan permasalahan dan ruang lingkup yang telah diuraikan di atas adalah sebagai berikut :

1. Untuk memecahkan strategi visual promosi yang menarik bagi generasi muda di Kota Bandung, khususnya tingkat sekolah menengah pertama agar minat mengikuti kegiatan Pramuka melalui Unit Kegiatan Pramuka ITB dapat meningkat sebagai sarana pembentukan kepribadian dan karakter yang lebih baik melalui *branding*.
2. Untuk memilih media yang efektif dan efisien untuk mempromosikan Unit Kegiatan Pramuka ITB kepada generasi muda di Kota Bandung, khususnya tingkat sekolah menengah pertama yang sesuai dengan minat generasi muda.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner dilakukan kepada 51 siswa tingkat sekolah menengah pertama di Kota Bandung, baik perempuan maupun laki-laki untuk mengetahui sudut pandang dan pemikiran remaja mengenai Pramuka.

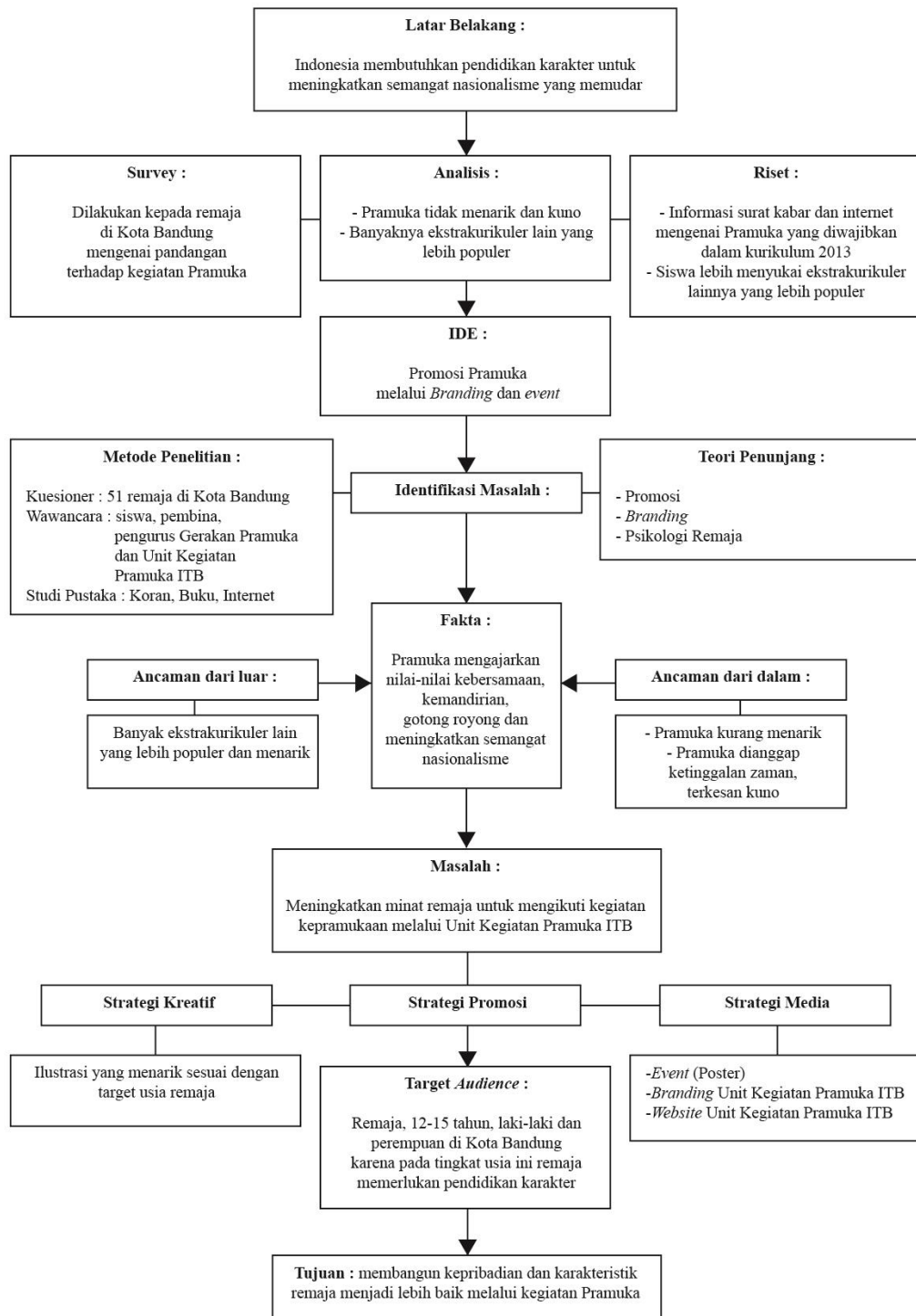
2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada Bapak Benny Kurniawan, selaku Satgas Humas Kwartir Cabang Kota Bandung dan Bapak Agus Hendra, selaku Sekretaris Korps Pelatih Kwardcab Kota Bandung untuk mendapatkan data dan fakta yang akurat mengenai perkembangan Pramuka di Kota Bandung. Selain itu, dilakukan wawancara kepada Keven Alberto Yoesup, selaku mantan Pembina Pramuka di Kota Bandung, untuk mengetahui pembinaan Pramuka di sekolah, dan sudut pandang serta pemikiran remaja mengenai kewajiban Pramuka dalam kurikulum 2013. Sedangkan untuk meninjau adanya wadah kegiatan Pramuka di luar sekolah, dilakukan pula wawancara kepada Andi Kuswoyo, selaku Ketua Unit Kegiatan Pramuka ITB. Penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa siswa dari sekolah menengah pertama untuk mengetahui sudut pandang dan pemikiran remaja terhadap kewajiban mengikuti kegiatan Pramuka.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat melalui buku dan koran sebagai referensi. Studi pustaka juga dilakukan melalui internet untuk mengetahui perkembangan berita terbaru mengenai Pramuka.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan Promosi Pramuka ITB melalui *Event*
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2014)