



PERANCANGAN BUKU BERBASIS INFOGRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PONDOK PESANTREN AL-AMANAH SIDOARJO

Bahrudin Khoiron Nizar¹, Muhamad Ro'is Abidin²

¹Prodi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Email: bahrudinnizar@mhs.unesa.ac.id

²Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Email: roisabidin@unesa.ac.id

Abstrak

Pesantren di Indonesia mulai berkembang luas, Salah satunya adalah Pondok Pesantren Al-Amanah. Pondok Pesantren Al-Amanah merupakan pesantren modern yang terletak di desa Junwangi dan dikelilingi oleh persawahan. Pesantren Al-Amanah memiliki 3 lembaga, yaitu Madrasah Aliyah Bilingual, SMP Bilingual Terpadu, dan SD Antawirya. Selain Pondok Pesantren Al-Amanah, banyak Pesantren yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat seperti Pesantren Tebu Ireng, Amanatul Ummah, dan Gontor. Oleh karena itu Pondok Pesantren Al-Amanah perlu untuk mengembangkan promosi Pesantren melalui berbagai media promosi. Dalam penelitian ini akan dirancang media promosi berupa buku berbasis Infografis. Tujuan penelitian ini adalah Mendeskripsikan proses perancangan buku berbasis infografis Pesantren Al-Amanah Sidoarjo dan Menghasilkan perancangan buku berbasis infografis Pesantren Al-Amanah Sidoarjo sebagai media promosi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Metode analisis data dalam perancangan ini menggunakan SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, Threat*) dan metode perancangan menggunakan metode menurut Lazuardi dan Sukoco (Kelley & Brown, 2019) *Design thinking (Emphatize, Define, Ideate, Prototype, Test)*. Penelitian ini menghasilkan media utama berupa buku berbasis infografis dan media pendukung berupa poster, pembatas buku, dan tote bag. Dengan perancangan buku berbasis infografis ini dapat meningkatkan strategi promosi Pesantren Modern Al-Amanah Junwangi.

Kata kunci : Infografis, Media promosi, Pesantren Al-Amanah

Abstract

*Islamic boarding schools in Indonesia are starting to expand, one of which is the Al-Amanah Islamic Boarding School. Al-Amanah Islamic Boarding School is a modern Islamic boarding school located in Junwangi village and surrounded by rice fields. Al-Amanah Islamic Boarding School has 3 institutions, namely the Bilingual Aliyah Madrasa, the Integrated Bilingual Junior High School, and the Antawirya Elementary School. In addition to the Al-Amanah Islamic Boarding School, there are many Islamic boarding schools that are already widely known by the public, such as the Tebu Ireng, Amanatul Ummah, and Gontor Islamic Boarding Schools. Therefore, Al-Amanah Islamic Boarding School needs to develop the promotion of Islamic Boarding Schools through various promotional media. In this research, a promotional media will be designed in the form of an infographic-based book. The purpose of this study is to describe the process of designing an infographic book based on the Al-Amanah Islamic Boarding School Sidoarjo and produce an infographic book design based on the Al-Amanah Islamic Boarding School Sidoarjo as a promotional medium. This study uses qualitative methods with data collection through interviews and observations. The data analysis method in this design uses SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, Threat*) and the design method uses according to Lazuardi dan Sukoco (Kelley & Brown, 2019) the *Design thinking (Emphatize, Define, Ideate, Prototype, Test)*. This research resulted in the main media in the form of infographic-based books and supporting media in the form of posters, bookmarks, and tote bags. It is hoped that the design of this infographic-based book can improve the promotion strategy of the Al-Amanah Junwangi Modern Islamic Boarding School.*

Keywords : *Infographics, Promotional media, Al-Amanah Islamic Boarding School*

Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan yang memiliki sistem asrama, didalamnya santri akan menerima pendidikan tentang agama islam dengan pengajian atau madrasah yang dinaungi oleh Pesantren tersebut. Menurut Muh. Idris Usman (2013:105) Pesantren di Indonesia tumbuh dan berkembang sangat pesat. Sepanjang abad ke-18 sampai dengan abad ke-20, pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam semakin dirasakan keberadaannya oleh masyarakat secara luas, sehingga kemunculan pesantren di tengah masyarakat selalu direspons positif oleh masyarakat.

Salah satunya yaitu Pondok Pesantren Al-Amanah Junwangi diasuh dan didirikan oleh KH. Nurcholis misbah dan memiliki lembaga yang dinaungi yaitu Madrasah Aliyah Bilingual, SMP Bilingual Terpadu, dan SD Antawirya. Dari ketiga lembaga tersebut menerapkan sistem *full day school*, kegiatan pembelajaran dimulai pukul 06.30 WIB sampai pukul 15.00 WIB, setelah itu santri akan kembali ke asrama masing-masing untuk melakukan kegiatan di pesantren. Untuk santri SD Antawirya setelah kegiatan pembelajaran langsung kembali ke rumahnya masing-masing.

Pesantren Al-Amanah Junwangi mewajibkan santri untuk melakukan percakapan menggunakan 2 Bahasa, yaitu Bahasa Arab dan Bahasa Inggris. Untuk penerapannya, yaitu satu minggu menggunakan Bahasa Arab dan satu minggunya lagi menggunakan Bahasa Inggris. Selain penerapan 2 Bahasa, Pesantren ini memiliki berbagai fasilitas yang meliputi Asrama, Masjid, Lapangan olahraga, UKS, dll. Saat ini jumlah santriwan dan santriwati yang sedang menempah ilmu di pesantren modern Al-Amanah mencapai 1.893.

Selain Pondok Pesantren Al-Amanah, Banyak juga Pesantren yang sudah berdiri terlebih dahulu, seperti Pesantren Tebu Ireng, Tambak Beras, Amanatul Ummah, Bumi sholawat dan Gontor. Dengan adanya pesantren tersebut Pesantren Al-Amanah harus bisa mengatasi masalah dalam mengembangkan media promosi.

Demikianlah penelitian ini merancang sebuah media promosi yang bisa membantu Pesantren Al-Amanah sehingga bisa bersaing dengan Pesantren yang sudah berdiri lebih dahulu dari Pesantren Al-Amanah. Dengan membuat media promosi berupa buku berbasis

infografis yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang pondok pesantren Al-Amanah, yang ditujukan kepada calon para peserta didik baru dan masyarakat luar. peneliti berharap dengan adanya buku berbasis infografis ini Pesantren Al-Amanah bisa meningkatkan ketertarikan para calon peserta didik dan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Al-Amanah.

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut adalah penelitian terdahulu yang relevan. Yang pertama Ajeng Resnatika, Sukaesih, Nuning Kurniasih dari Universitas Padjadjaran dalam Jurnal yang berjudul *Peran Infografis sebagai media promosi dalam pemanfaatan Perpustakaan*. Penelitian tersebut menjelaskan tentang peran infografis, bahwa informasi yang disajikan dengan infografis pembaca mudah menerima informasi yang disampaikan. Dan untuk penelitian yang kedua oleh Ni Putu Dhea Pramesti dari Institut Seni Indonesia dengan jurnal berjudul *Infografis sebagai Media Promosi Bali Safari di Masa Pandemi Covid-19*. Penelitian tersebut merancang Infografis Bali safari yang sudah dibuka kembali akan tetapi pengunjung harus tetap mematuhi protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19. Dari penelitian tersebut, Peneliti melakukan perancangan buku berbasis infografis sebagai media promosi Pondok Pesantren Al-Amanah Junwangi. Perancangan media promosi tersebut diharapkan Pondok Pesantren Al-Amanah dapat bersaing dengan para kompetitornya.

Rumusan masalah dari penelitian ini meliputi. 1) Bagaimana proses perancangan buku berbasis infografis Al-Amanah?, 2) Bagaimana hasil dari perancangan buku berbasis infografis Al-Amanah?. Berdasarkan pada permasalahan tersebut maka tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut.1) Mendeskripsikan proses perancangan buku berbasis infografis Pesantren Al-Amanah Sidoarjo, 2) Menghasilkan perancangan buku berbasis infografis Pesantren Al-Amanah Sidoarjo sebagai media promosi.

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menerapkan metode *design thinking* dalam proses perancangan. Data yang diperoleh oleh peneliti berupa wawancara

dengan narasumber dan informasi yang berkaitan dengan Pondok Pesantren Al-Amanah Junwangi.

Identifikasi data dilakukan untuk menemukan permasalahan dalam Pondok Pesantren Al-Amanah dalam bersaing dengan kompetitornya, dan dilanjut dengan proses pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi.

Peneliti membutuhkan data yang bisa menunjang penelitian. Data tersebut berupa data primer dan sekunder. Untuk sumber dari data primer adalah diperoleh dari proses wawancara. Menurut Sugiyono (2013:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan. Wawancara ini dilakukan dengan M. Ulil Albab, S.Pd.I selaku anak dari Pengasuh Pondok Pesantren Al-Amanah. Data yang diperoleh dari wawancara berupa catatan mengenai fasilitas, keunggulan pesantren, serta pendapat tentang perancangan buku berbasis infografis ini.

Data sekunder diperoleh dengan observasi Pondok Pesantren Al-Amanah. Sugiyono (2013:64) menjelaskan bahwa observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.. Dalam hal ini peneliti datang di tempat Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo untuk melakukan pengamatan berupa informasi atau aktivitas yang terjadi di Pesantren.

Tahap selanjutnya yaitu menerapkan metode *design thinking*. Menurut Lazuardi dan Sukoco (Kelley & Brown, 2019) *Design thinking* mempertimbangkan kebutuhan pengguna dan menggabungkannya dengan kemampuan teknologi yang sesuai, sehingga mampu menjadi produk bisnis yang baik karena memberikan kelayakan dan solusi efektif bagi suatu permasalahan.

Menurut Arvira swarnadwitya (2020) dalam webnya, tahapan *design thinking* meliputi *emphatize, define, ideate, prototype, test*.



Gambar 1. *Design thinking*
(Sumber : UKRIDA.ac.id)

Emphatize berisi tentang identifikasi data dilanjut dengan analisis data yang didapat dari informasi yang berkaitan tentang Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo. Identifikasi data diperoleh dari pengumpulan data tentang Pondok Pesantren Al-Amanah. Informasi diperoleh oleh peneliti dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan metode SWOT metode ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi.

Freddy (2009:18) menjelaskan bahwa, analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman) . Analisis SWOT sangat diperlukan yaitu untuk menguji kelayakan sebuah produk dengan faktor :

1. *Strength* (kekuatan) adalah segala sumber daya yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo. baik sumber daya manusia, keterampilan, dan keunggulan.
2. *Weakness* (kelemahan) merupakan suatu keterbatasan atau kekurangan dalam Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo.
3. *Opportunities* (peluang) adalah merupakan kesempatan yang ditunggu oleh masing-masing perusahaan, karena kesempatan ini bersifat menguntungkan bagi Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo.
4. *Threats* (ancaman) berbeda dengan peluang, ancaman memiliki sifat yang tidak menguntungkan bagi Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo karena dapat mengancam posisi perusahaan tersebut.

Define, Setelah peneliti melakukan identifikasi data dan analisis data, maka perlu menggambarkan sebuah pandangan yang menjadi dasar dari produk yang akan dibuat, yaitu merancang media promosi buku berbasis infografis.

Ideate, bertujuan untuk menghasilkan sejumlah besar ide yang kemudian dapat disaring dan dipotong menjadi yang terbaik dalam solusi desain produk yang kreatif dan lebih baik. Sehingga dapat diterapkan pada produk yang dibuat oleh peneliti. Setelah menentukan ide yang di dapat maka dilanjutkan pada konsep desain yang di terapkan. Konsep yang diterapkan adalah membuat konsep buku berbasis infografis menggunakan gaya flat design dan mencari referensi yang sesuai dengan data dan menyesuaikan karakteristik dan tujuan Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo.

Prototype, Setelah melalui konsep kreatif, langkah selanjutnya adalah memvisualisasikan setiap detail yang ada dibuku menggunakan style *Flat Design*.

Test, Bertujuan untuk melakukan uji coba produk kepada validator supaya mendapatkan masukan untuk membuat produk menjadi lebih baik dan melakukan perbaikan pada produk yang sudah ada.

KERANGKA TEORITIK

a. Infografis

Menurut Febrianto Saptodewo (2014:194) Infografis berasal dari kata *Infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *Information + Graphics* adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kepada pembaca, sehingga mudah dipahami lebih muda.

Menurut Lonkow (2014:30) infografis dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu :

1. Infografis Statis
Infografis yang disajikan dalam bentuk cerita diam, narasi, dan *eksploratif*.
2. Infografis Bergerak
Infografis ini dapat digunakan pada media audio visual seperti televisi atau media sosial lainnya.
3. Infografis Interaktif
Infografis yang diterapkan pada website dan pengguna bisa langsung berinteraksi dengan informasi yang ditampilkan melalui website tersebut.

Berdasarkan pengertian tentang infografis diatas, peneliti menyimpulkan dan menyesuaikan dengan permasalahan yang diambil. Infografis adalah media yang informasi yang disampaikan dengan teks-teks disertai gambar yang saling mendukung. Hal ini ditunjukkan untuk menyampaikan informasi tentang Pesantren Al-Amanah sebagai tema perancangan media promosi dan di visualisasikan dalam bentuk

lembar informasi, serta menggunakan komputer sebagai media pengolahannya.

b. Tipografis dalam infografis

Pemilihan jenis dan karakter huruf sangat mempengaruhi keberhasilan suatu desain. Dibaca atau tidak sebuah pesan tergantung pada penggunaan huruf dan cara penyusunannya. Dalam desain grafis, tipografi merupakan hal yang berkaitan dengan komunikasi. Menurut Lia Anggraini (2014:50) Tipografi merupakan bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Adanya kebutuhan untuk memandang yang lebih indah dari huruf, membuat insan kreatif selalu berusaha menampilkan seni penataan huruf semaksimal mungkin.

Dalam sebuah desain infografis salah satu elemen pendukung yang penting adalah tipografi. Tipografi dalam infografi berperan sebagai penyajian informasi dan agar informasi yang disampaikan dengan baik, serta jenis *font* dan ukuran harus seirama.

Menurut Rustan (2010:46) klasifikasi tipografi berdasarkan sejarah ada 4, yaitu *Old style, Sans serif, Script, Display*. Dari ke empat jenis tipografi, jenis tipografi yang relevan dalam penelitian ini adalah *Sans serif*.

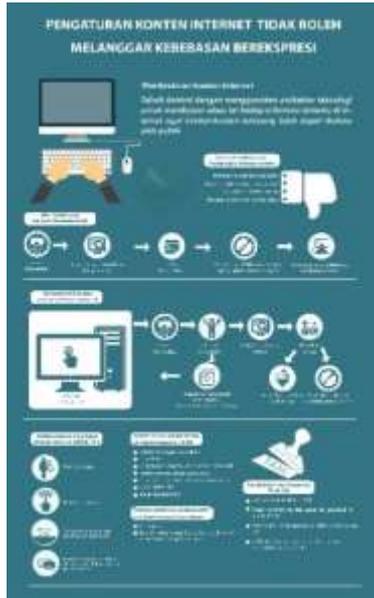
Sans serif Pada awal kemunculannya, font jenis ini disebut *Grotesque* karena pada jaman itu bentuk huruf tanpa serif dikira unik dan aneh (*grotesque* artinya aneh). Hingga kini orang Inggris masih suka menyebut huruf tanpa serif dengan istilah *Grotesque*. Salah satu ciri font ini adalah tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama. Dibawah ini merupakan contoh pengaplikasian gaya tipografi sans serif dalam infografis.



Gambar 2. Sans serif dalam infografis
(Sumber : printerest.com)

c. Penerapan Flat design dalam infografis

Anindita & Riyanti (2016:8) menjelaskan bahwa *flat design* berasal dari kata *flat* yang berarti rancangan dan *design* yang memiliki arti desain atau rancangan, secara singkat *flat design* memiliki arti sebagai desain yang datar. *Flat design* memiliki ciri desain yang bebas dari ornamen serta memiliki kesan yang bersih dan rapi. Oleh karena itu pemilihan huruf yang bersih dan jelas dapat muda dilihat dan dibaca.



Gambar 3. Flat design dalam infografis
(Sumber : pinterest.com)

Dari penjelasan diatas peneliti memilih gaya *flat design* dikarenakan dapat membantu masyarakat dalam menerima informasi dengan mudah. Sedangkan *flat icon* merupakan sebuah tanda yang mengandung kemiripan rupa yang mudah dimengerti oleh masyarakat.

d. Warna dalam infografis

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain, karena dengan warna orang bisa menampilkan informasi dan menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk visual secara jelas. Menurut Lois prang (1876) yang dikutip oleh Sigit purnama (2010:115) warna dibagi menjadi 3 dimensi, yang kemudian disebut *the prang system*, yaitu: *heu*, *value*, dan *intensity*. Dari ketiga dimensi tersebut *value*.

Value merupakan terang atau gelapnya suatu warna. Semisal warna biru yang dibuat menjadi biru muda (*high-value*) dan warna biru yang menjadi biru tua (*low-value*). Warna yang dimudahkan dengan menambahkan warna putih

disebut dengan *tint*, sedangkan warna yang diubah menjadi tua dengan menambahkan sedikit warna hitam disebut dengan *shade*. Dalam desain infografis yang selama ini ditemui oleh peneliti, warna *value* sering diterapkan dalam suatu infografis yang menimbulkan kesan *flat*.



Gambar 4. Contoh warna value dalam infografis
(Sumber : kominfo.go.id)

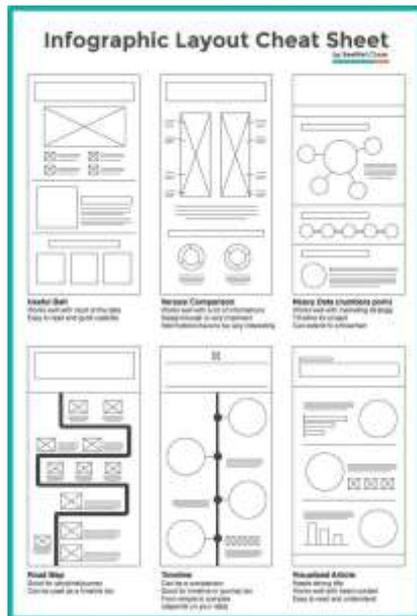
Pemilihan warna *value* dipilih untuk diterapkan dalam proses perancangan buku berbasis infografis sebagai media promosi Pondok Pesantren Al-Amanah.

e. Layout dalam infografis

Didalam suatu karya grafis, besar kemungkinan tidak hanya membuat satu atau dua pesan saja. Oleh karena itu perlu diatur urutan dimana informasi yang akan dilihat oleh pembaca yang mana kesatu, kedua, dan seterusnya,. Oleh karena itu materi publikasi di desain berdasarkan urutan atau alur sehingga masyarakat dapat dengan mudah memproses informasi yang ada di dalamnya.

Anggraini (2016 : 74) menjelaskan bahwa layout merupakan tata letak ruang atau bidang yang bisa kita lihat pada majalah, website, iklan televisi, bahkan susunan furnitur disalah satu ruangan dirumah kita.

Dalam desain infografis, layout merupakan salah satu hal yang penting dalam proses pembuatan desain. Salah satunya yaitu mengatur tata letak tipografi dan visual yang disajikan kepada pembaca agar seirama, sehing para pembaca bisa dengan mudah memahami finformasi yang disampaikan.



Gambar 5. Contoh layout dalam infografis
(Sumber : pinterest.com)

f. Media promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia promosi adalah memperkenalkan suatu produk untuk meningkatkan penjualan dengan melakukan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2002:219). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi adalah arus informasi yang mengajak atau mengingatkan target *audien* atau konsumen untuk membeli suatu produk.

Salah satu media media promosi adalah menggunakan media cetak. media cetak adalah media yang mengutamakan penggunaan pesan visual yang dihasilkan dari proses percetakan seperti majalah, brosur, dan poster.

Media cetak diterapkan dalam penelitian ini karena hasil dari penelitian ini berupa buku berbasis infografis yang dicetak di kertas ukuran a4 dan media pendukung berupa poster, pembatas buku, dan tote bag.

g. Bagian-bagian buku

Buku merupakan kumpulan kertas yang berisi suatu informasi dan dijilid menjadi satu, dimana setiap lembarnya terdapat tulisan dan gambar. Buku juga memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, segala jenis informasi dan pengetahuan dapat disampaikan dan disajikan dalam bentuk buku, hingga terdapat sebuah pepatah yang mengatakan bahwa buku adalah sumber ilmu. Buku memiliki beberapa jenis, mulai dari memberikan informasi, hiburan, dan menambah wawasan. Selain itu buku terdiri dari bagian-bagian yang penting sehingga buku menjadi layak cetak.

Suwarno (2011:77) menyebutkan mengenai bagian-bagian penyusun buku secara umum. Struktur atau bagian-bagian buku secara umum tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Cover
 - a. Cover depan dan belakang
Merupakan tampilan luar buku atau disebut dengan sampul.
 - b. Punggung buku
Terletak disamping buku sebagai pelindung ketebalan buku.
 - c. Endordement
Kalimat yang ditulis di belakang cover sebagai pendukung.
 - d. Lidah cover
Berisi foto beserta riwayat hidup peneliti.
- 2) Halaman *preliminaries*
Halaman ini merupakan pendahuluan dari sebuah buku yang perlu disampaikan sebelum menuju isi utama buku.
- 3) Bagian utama
Bagian ini merupakan isi utama yang ada dalam sebuah buku.
- 4) Bagian *postliminary*
Bagian ini diletakan antara di akhir buku untuk menutup isi buku, yang terdiri atas catatan penutup, lampiran, daftar pustaka, dan biografi peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan ini diperoleh dengan menggunakan metode perancangan *design thinking*, yang meliputi *emphatize*, *define*, *idiata*, *prototype*, *test*. Berikut adalah rinciannya:

a. *Emphatize*

Ditahap ini peneliti melakukan proses identifikasi data pada Pesantren Al-Amanah dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Proses ini dilakukan untuk mengumpulkan data tentang Pondok Pesantren Al-Amanah.

Pondok Pesantren Al-Amanah adalah sebuah lembaga pendidikan Islam yang terletak di Ds. Junwangi, Kec. Krian, Kab. Sidoarjo. Berdirinya Pondok Pesantren Modern Al-Amanah telah memberikan wacana baru bagi dunia pendidikan Islam khususnya di daerah Krian karena pada saat itu masih jarang sekali ada pondok pesantren yang berbasis modern.

Pada tahun 1987, KH. Nurcholis Misbah memutuskan untuk hijrah dan menempati desa Junwangi yang berjarak sekitar 1 km dari desa Mojosanren. Seiring berjalannya waktu, KH. Nurcholis Misbah mulai menegaskan langkahnya dengan meresmikan dan mendaftarkan pondok pesantren yang beliau bangun. Tepatnya pada tanggal 12 Agustus tahun 1992, Pondok Pesantren Modern Al-Amanah telah terdaftar di Kantor Departemen Agama Kabupaten Sidoarjo sebagai TPA/TPQ dengan nomor 00.s.35.15.17.271. Madrasah Diniyah juga terdaftar di Kantor Departemen Agama Kabupaten Sidoarjo dengan nomor Kd. 13. 15 / 4 PP. 008 / 1351/ 2007. Untuk SMP Bilingual Terpadu berdiri pada tanggal 25 juli 2007, dengan SK izin operasional 421.3/3200/404.3.14/2008.

Disamping itu, Pondok Pesantren Al-Amanah juga merupakan sebuah lembaga pendidikan yang memberikan pembinaan dan pengembangan ilmu pengetahuan serta kepribadian diri individu yang tidak hanya menekankan pada aspek moralitas Islami saja, tetapi juga pada aspek-aspek keterampilan yang kompeten. Keterampilan dalam hal ini adalah keterampilan dalam mengaplikasikan bahasa asing (Bahasa Arab dan Bahasa Inggris) secara produktif. Pesantren juga menerapkan sistem *full day school*, kegiatan pembelajaran dimulai pukul 06.30 WIB sampai pukul 15.00 WIB.

Pondok Pesantren Al-Amanah juga memiliki fasilitas yang mendukung para santri dalam melakukan kegiatan akademik maupun kegiatan non akademik. Fasilitas tersebut meliputi asrama, masjid, tempat olahraga, laboratorium, UKS, kantin, dll.

b. *Define*

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis data yang sudah diperoleh melalui tahap *emphatize*. Metode SWOT digunakan pada tahap ini untuk membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Pondok Pesantren Al-Amanah, berikut adalah rinciannya :

Kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh Pesantren Al-Amanah adalah memiliki 3 lembaga yaitu Madrasah Aliyah Bilingual, SMP Bilingual, dan SD Antawirya. Selain itu Pesantren Al-Amanah juga dilengkapi oleh fasilitas yang memadai.

Kelemahan (*weakness*) Pesantren Al-Amanah merupakan kategori Pesantren baru yang berdiri Jawa. Dengan media promosi buku berbasis infografis diharapkan bisa bersaing dengan pesantren lain yang ada di Jawa.

Peluang (*opportunity*) Pesantren Al-Amanah adalah memiliki asrama dan fasilitas yang dapat mendukung proses belajar para santri.

Ancaman (*Threath*) Pesantren Al-Amanah merupakan masih baru yang berdiri Jawa. Sedangkan di Jawa banyak pesantren yang sudah lama berdiri, sehingga Pesantren Al-Amanah memiliki banyak pesaing di Jawa.

Setelah peneliti melakukan indentifikasi data dan analisis data maka perlu sebuah gambaran yang menjadi dasar dari media promosi yang akan dirancang, sehingga Pondok Pesantren Al-Amanah dapat bersaing dengan Pesantren lain dalam bidang promosi.

c. *Idiate*

Setelah selesai menganalisis data dilanjutkan dengan konsep kreatif. Strategi kreatif merupakan menentukan langkah-langkah desain, dengan diawali menentukan konsep media promosi yang akan dirancang, yaitu media promosi berupa buku berbasis infografis.

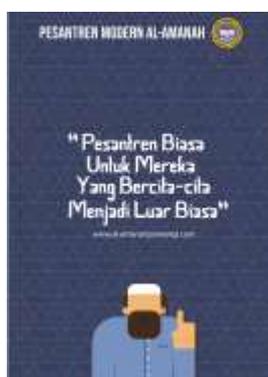
Konsep yang digunakan dalam perancangan buku berbasis infografis ini adalah tema modern dengan gaya flat desain. Tema tersebut sesuai dengan keadaan Pesantren Al-Amanah Sidoarjo yang merupakan pesantren modern yang merupakan perpaduan antara Modern dan Islami.

Konsep infografis ini mempertimbangkan unsur desain yang meliputi kesederhanaan, keseimbangan, kesatuan dan penekanan. Infografis ini menampilkan ilustrasi yang mengarah pada gaya 2D.

dipesantren yaitu, STE - Sanggar Takhfidz Entrepreneur dan SKT - Sanggar Kutubut Turost.

Pemilihan warna peneliti mengambil warna dari logo tersebut sehingga dapat menyatu dengan desainnya sendiri. Untuk pemilihan font dalam kover buku menggunakan font awal ramadhan, font tersebut dipilih karena menunjukkan kesan islami. Sedangkan untuk pemilihan font dalam narasi adalah font Myriad Pro. Setelah proses visualisasi selesai media ini dicetak diatas kertas art paper 150 untuk kover sedangkan untuk isi menggunakan artpaper 120.

Setelah proses visualisasi buku berbasis infografis selesai, selanjutnya adalah proses visualisasi media pendukung yang meliputi poster, pembatas buku, dan tote bag.



Gambar 10. Poster
(Sumber : Nizar, 2022)

Tujuan dibuatnya poster ini untuk memberikan informasi kepada audien tentang Pesantren Al-Amanah melalui motto khasnya yaitu “ Pesantren biasa untuk mereka yang bercita-cita menjadi luarbiasa”. Setelah proses visualisasi poster selesai, maka poster akan dicetak dengan ukuran A3 dan menggunakan jenis kertas *artpaper*.



Gambar 11. Pembatas buku
(Sumber : Nizar, 2022)

خير جليس في الزمان كتاب yang artinya “sebaik-baik teman duduk di setiap waktu adalah buku”. kata mutiara tersebut diletakan pada pembatas buku yang dibuat oleh peneliti. Pembatas buku ini dibuat untuk mendukung media utama dalam

menerapkan sebagai media promosi Pesantren Al-Amanah. Media pendukung selanjutnya berupa tote bag yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan media utama.



Gambar12. Tote bag
(Sumber : Nizar, 2022)

Test

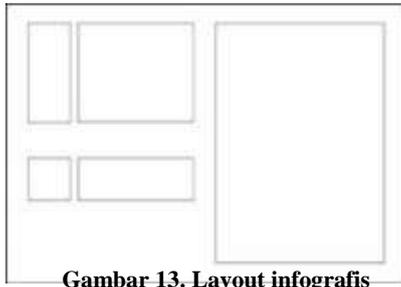
Setelah proses *prototype* selesai, langkah selanjutnya adalah melakukan tahap *test*. Pada tahap ini bertujuan untuk melakukan validasi produk kepada validator supaya mendapatkan masukan untuk membuat produk menjadi lebih baik dan melakukan perbaikan pada produk yang sudah ada.

Validator pertama yang bertugas untuk menilai dari aspek desain produknya yaitu Bapak Dwi Prasetya, S.Sn., M.Pd. sebagai ahli desain. Validasi desain dilakukan dua kali, dikarenakan media pertama yang dibuat peneliti masih kurang dari penilaian, sehingga masih belum layak untuk dipakai dalam media promosi. Validasi ke dua pada tanggal 11 september 2021 dilakukan penilaian terhadap produk. Dari penilaian keseluruhan produk untuk pemilihan font dan warna sudah sesuai sedangkan untuk ilustrasi ada sedikit perbaikan dari segi anatomi tubuh. Untuk layout sudah sesuai, sehingga kesatuan keseluruhan sudah bagus. Total nilai validasi dari segi desain secara keseluruhan yaitu 96%.

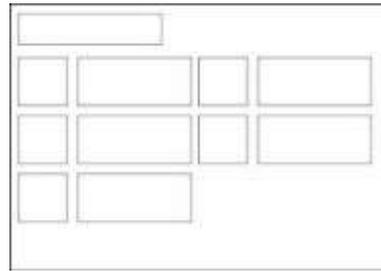
“Perancangan Buku Berbasis Infografis Sebagai Media Promosi Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo”

Berikut adalah hasil karya yang sudah direvisi :

Sumber : Nizar, 2022



Gambar 13. Layout infografis setelah revisi
(Sumber : Nizar, 2022)



Gambar 17. Hasil infografis setelah revisi
Sumber : Nizar, 2022



Gambar 14. Layout infografis Setelah revisi
(Sumber : Nizar, 2022)



Gambar 18. Poster setelah revisi
(Sumber : Nizar, 2022)



Gambar 15. Kover depan dan belakang
(Sumber : Nizar, 2022)

Berikut adalah tautan yang dicantumkan oleh peneliti untuk melihat secara menyeluruh media buku berbasis infografis Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo:

1. Tautan media utama
<https://drive.google.com/file/d/108laXbOgDaHTyH34gzWj3VMpi0Hx5xHz/view?usp=share>

2. Tautan media pendukung
<https://drive.google.com/file/d/1TfBMxORwNc5waGBsEX6lVM1eqEwGxDt4/view?usp=sharing>

Validator kedua Bapak M. Ulil Albab, S.Pd.I yang bertugas untuk menilai dari aspek kesesuaian informasi yang ada dalam perancangan buku berbasis infografis. Informasi yang disampaikan dalam perancangan ini sudah sesuai dengan informasi yang ada pada Pondok Pesantren Al-Amanah Sidoarjo, kecuali dalam visi dan misi pesantren kurang sesuai sehingga



Gambar 16. Hasil infografis setelah revisi

harus dilakukan revisi. Total nilai validasi dalam kelengkapan dan kesesuaian informasi yang disampaikan yaitu 84%.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan buku berbasis Infografis ini dibuat untuk membantu Pesantren Al-Amanah untuk menjelaskan tentang Pesantren dan lembaga yang di dalamnya yang dengan cara menambahkan ilustrasi dengan gaya *flat design*. Penelitian perancangan ini menggunakan SWOT sebagai analisis data, sedangkan proses perancangan memakai metode *design thinking* yang terdiri dari *emphatize, define, ideate, prototype, test*.

Hasil dari penelitian perancangan ini terdiri dari 2 jenis yakni media utama dan media pendukung. Media utama berupa buku berbasis infografis sedangkan mediapendukung berupa poster, pembatas buku, dan tote bag.

Pembuatan buku berbasis infografis ini diawali dengan mengumpulkan dokumen tentang Pesantren Al-Amanah, selanjutnya mulai membuat sketsa menggunakan pensil dan dilanjutkan proses visualisasi menggunakan software Adobe Illustrator. Setelah melalui proses visualisaasi, langkah selanjutnya adalah dicetak dalam kertas artpaper dengan ukuran A5 dan setelah dicetak media harus diuji oleh ahli desain serta pihak pesantren. Dan hasil dari validasi tersebut media ini layak untuk menjadi media promosi Pesantren Al-Amanah Sidoarjo. Hasil validasi dari ahli desain dan materi menyatakan bahwa perancangan ini layak untuk digunakan.

Bagi peneliti selanjutnya, jika ingin meneliti mengenai Pesantren Al-Amanah dapat melakukan secara spesifik mengenai informasi tentang pesantren. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya bisa menambahkan foto dalam karyanya, sehingga media yang dirancang lebih menarik. Dan untuk Pondok Pesantren Al-Amanah agar selalu mengembangkan media promosi media promosi dan membuat inovasi baru dalam pembuatan media promosi.

REFERENSI

Anindita & Riyanti. 2016. “*Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual*”. DKV Universitas Trisakti, Vol. 1 No. 1.

- Anggraini S., Lia, dkk. 2014. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Idris, Muhammd Usman. 2013.”*Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam (Sejarah Lahir, Sistem Pendidikan, dan Perkembangannya Masa Kini)*”. Jurnal Al Hikmah Nol. XIV No. 1.
- Lonkow dkk. 2014. *Infografis: Kedasyatan cara bercerita visual* (terjemahan). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lutfi Lazuardi, Muhammad & Sukoco, Iwan. 2019 “Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek”. Universitas Padjadjaran, Vol.2 No.1
- Nugroho, Sarwo. 2015. *Manajemen Warna Dan Desain*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET
- Purnama, Sigit. 2010. “*Elemen Warna Dalam Pengembangan Multimedia Pembelajaran Agama Islam*” Al-Bidayah, Vol. 2 No.1.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2013. *Font And Typografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *LAYOUT Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Suwarno, Wiji. 2011. *Perpustakaan & Buku: Wacana Penelitian & Penerbitan*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Saptodewo, Febrianto. 2014. “*Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik*. Jurnal Desain. Vol. NO.03.
- Swarnadwitya, Arvira. (2020). “*Design Thinking: Pengertian, Tahapan Dan Contoh Penerapannya*”. Diunduh pada 5 juli 2022, dari:<https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>
- Sofiyani, Fery. (2017). “*Mengenal Tipografi*”. Diunduh pada 5 juli 2022, diunduh dari: <http://ferysofian.blogspot.com/2017/10/mengenal-tipografi.html>