

BAB III

KAJIAN PUSTAKA

3.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Desain Komunikasi Visual erat kaitannya dengan penggunaan tanda-tanda (*signs*), gambar (*drawing*), lambang dan simbol, ilmu dalam penulisan huruf (tipografi), ilustrasi dan warna yang kesemuanya berkaitan dengan indera penglihatan.

Proses komunikasi disini melalui eksplorasi ide-ide dengan penambahan gambar baik itu berupa foto, diagram dan lain-lain serta warna selain penggunaan teks sehingga akan menghasilkan efek terhadap pihak yang melihat. Efek yang dihasilkan tergantung dari tujuan yang ingin disampaikan oleh penyampai pesan dan juga kemampuan dari penerima pesan untuk menguraikannya.

3.1.1 Etimologi Desain Komunikasi Visual

Jika kita memulai mendefinisikan Desain Komunikasi Visual ditinjau dari asal kata (etimologi) istilah ini terdiri dari tiga kata, desain diambil dari kata "*designo*" (Itali) yang artinya *gambar*. Sedang dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa Latin (*designare*) yang artinya

merencanakan atau *merancang*. Dalam dunia seni rupa istilah desain dipadukan dengan reka bentuk, reka rupa, rancangan atau sketsa ide.

Kemudian kata komunikasi yang berarti menyampaikan suatu pesan dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui suatu media dengan maksud tertentu. Komunikasi sendiri berasal dari bahasa Inggris *communication* yang diambil dari bahasa Latin “*communis*” yang berarti “sama” (dalam Bahasa Inggris: *common*).

Kemudian komunikasi kemudian dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan).

Sementara kata visual sendiri bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indera penglihatan kita yaitu mata. Berasal dari kata Latin *videre* yang artinya *melihat* yang kemudian dimasukkan ke dalam bahasa Inggris *visual*.

Dengan kata lain Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku *target audience* sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sedang Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung

solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (baik sosial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi).

3.1.2 Ruang lingkup Desain Komunikasi Visual Meliputi:

1. Advertising (periklanan)
2. Animasi
3. Desain identitas Usaha (corporate identity)
4. Desain Marka lingkungan
5. Multimedia
6. Desain Grafis Industri (promosi)
7. Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dll)
8. Cergam (komik, karikatur, Poster)
9. Fotografi, tipografi dan ilustrasi

3.2 Corporate Social Responsibility

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya.

Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Pemikiran yang mendasari CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang sering dianggap inti dari Etika Bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Beberapa hal yang termasuk dalam CSR ini antara lain adalah tatalaksana perusahaan (*corporate governance*) yang sekarang sedang marak di Indonesia, kesadaran perusahaan akan lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan-masyarakat, investasi sosial perusahaan (*corporate philanthropy*).

Ada berbagai penafsiran tentang CSR dalam kaitan aktivitas atau perilaku suatu perusahaan, namun yang paling banyak diterima saat ini adalah pendapat bahwa yang disebut CSR adalah yang sifatnya melebihi (beyond) laba, melebihi hal-hal yang diharuskan peraturan dan melebihi sekedar *public relations*.

CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat hal ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain,

terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyangkut pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Ditengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*). Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain.

Hasil Survey "*The Millenium Poll on CSR*" (1999) yang dilakukan oleh Environics International (Toronto), Conference Board (New York) dan Prince of Wales Business Leader Forum (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktek terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan paling berperan, sedangkan bagi 40% citra

perusahaan & brand image yang akan paling mempengaruhi kesan mereka. Hanya 1/3 yang mendasari opininya atas faktor-faktor bisnis fundamental seperti faktor finansial, ukuran perusahaan, strategi perusahaan, atau manajemen.

Lebih lanjut, sikap konsumen terhadap perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR adalah ingin “menghukum” (40%) dan 50% tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut.

3.3 Beasiswa

Pada dasarnya, beasiswa adalah penghasilan bagi yang menerimanya. Hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 4 ayat (1) UU PPh/2000. Disebutkan pengertian penghasilan adalah tambahan kemampuan ekonomis dengan nama dan dalam bentuk apa pun yang diterima atau diperoleh dari sumber Indonesia atau luar Indonesia yang dapat digunakan untuk konsumsi atau menambah kekayaan Wajib Pajak (WP). Karena beasiswa bisa diartikan menambah kemampuan ekonomis bagi penerimanya, berarti beasiswa merupakan penghasilan.

Beasiswa adalah bantuan untuk membantu orang terutama bagi yang masih sekolah atau kuliah agar mereka dapat menyelesaikan tugasnya dalam rangka mencari ilmu pengetahuan hingga selesai. Bantuan ini biasanya berbentuk dana untuk menunjang biaya atau ongkos yang harus dikeluarkan oleh anak sekolah atau mahasiswa selama menempuh masa pendidikan di tempat belajar yang diinginkan.

Namun bisa juga beasiswa ini di wujudkan dalam bentuk yang lain. Misalnya buku buku pelajaran, fasilitas belajar serta hal lain yang tujuannya untuk mempelancar para penerima bantuan ini agar mereka bisa menyelesaikan pendidikannya tanpa ada gangguan terutama yang berhubungan dengan keuangan hingga tuntas atau tulus

Pengertian Beasiswa seperti yang dikutip dari www.wikipedia.org adalah pemberian berupa bantuan keuangan yang diberikan kepada perorangan yang bertujuan untuk digunakan demi keberlangsungan pendidikan yang ditempuh. Beasiswa dapat diberikan oleh lembaga pemerintah, perusahaan ataupun yayasan. Pemberian beasiswa dapat dikategorikan pada pemberian cuma-cuma ataupun pemberian dengan ikatan kerja (biasa disebut ikatan dinas) setelah selesainya pendidikan. Lama ikatan dinas ini berbeda-beda, tergantung pada lembaga yang memberikan beasiswa tersebut

3.3.1 Tujuan Pemberian Beasiswa

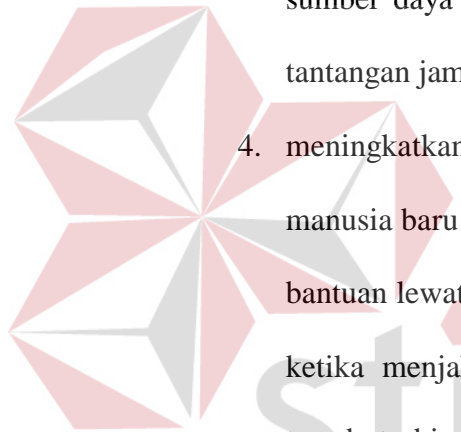
Beberapa tujuan dari pemberian beasiswa ini antara lain adalah

1. Untuk membantu para pelajar atau mahasiswa agar mereka bisa mencari ilmu sesuai dengan bidang yang ingin dikuasai, terutama bagi yang punya masalah dalam hal pembayaran.
2. menciptakan pemerataan suatu ilmu pengetahuan atau pendidikan kepada setiap orang yang membutuhkan. Memang kita punya hak untuk belajar agar mendapat ilmu pengetahuan yang cukup untuk beklah hidup di kemudian hari. Namun untuk

mendapatkan suatu ilmu kadang kita perlu mengeluarkan biaya. Maka dari itu, beasiswa inilah yang akan membantu seseorang untuk mendapatkan ilmu tersebut.

3. menciptakan generasi baru yang lebih pintar dan cerdas. Karena dengan adanya bantuan beasiswa ini maka seseorang terutama kaum muda bisa mempunyai kesempatan untuk mendapat pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi. Dari sini akan tercipta sumber daya manusia yang baru yang lebih mampu menjawab tantangan jaman yang terus maju ini.

4. meningkatkan kesejahteraan. Setelah tercipta sumber daya manusia baru yang cerdas, di harapkan mereka ini bisa memberi bantuan lewat ide dan ilmu pengetahuan yang telah diperolehnya ketika menjalani masa pendidikan. Karena ilmu pengetahuan tersebut bisa diterapkan masyarakat dengan tujuan untuk memajukan mereka sehingga kemakmuran dan kesejahteraan lebih mudah dicapai.



3.3.2 Syarat untuk Menerima Beasiswa

Biasanya para pemberi beasiswa atau donatur ketika mau mengasihkan bantuannya akan mengajukan beberapa syarat yang antara lain adalah :

1. Penerima beasiswa termasuk orang yang tidak mampu secara ekonomi atau keuangan. Sehingga ketika mau memberikan bantuannya tersebut, mereka akan melakukan pengecekan apakah orang yang bersangkutan benar-benar membutuhkan bantuan dana untuk melanjutkan sekolah atau kuliahnya.
2. Selain tidak mampu, penerima beasiswa juga harus punya prestasi terutama di bidang yang digelutinya. Misalnya ada seorang murid sekolah yang mengajukan permohonan untuk mendapatkan bantuan dana pendidikan. Maka dia harus punya nilai pelajaran yang bagus di sekolah tempat dia belajar.
3. ketika mengajukan bantuan beasiswa seseorang juga di tuntutan punya semangat yang tinggi dalam belajar dan mencari ilmu pengetahuan. Karena para donatur tidak ingin pihak yang di bantu untuk melanjutkan sekolah tersebut hanya suka bersantai saja ketika menempuh pendidikan.
4. Syarat lainnya adalah penerima beasiswa tersebut punya jiwa sosial yang tinggi. Karena pihak pemberian bantuan biasanya menginginkan bila telah selesai menempuh pendidikan, penerima bantuan tersebut mau menyumbangkan ilmu pengetahuan yang

dimilikinya kepada masyarakat banyak. Hal ini sering dilakukan melalui sistem ikatan dinas.

3.4 Mitra Perusahaan

Mitra perusahaan atau yang biasa disebut rekan usaha/ mitra usaha dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah “partner dalam mengadakan suatu usaha”. Kemitraan dalam hal ini adalah “perihal hubungan (jalanan kerja sama dan sebagainya) sebagai mitra” (**Kamus Besar Bahasa Indonesia: 1996**).

Rekan usaha pertama-tama mulai tertarik karena reputasi perusahaan baik, dan menunjang untuk menjadi rekan usahanya dalam kegiatan *sponsorship*. Maka untuk menunjang reputasi tersebut seluruh divisi dalam suatu perusahaan harus dapat menjaga citranya melalui prestasi dan motivasi kerja yang baik, tidak saja dilakukan oleh divisi *Public Relations* dalam suatu perusahaan, tetapi juga didukung oleh semua bagian dalam suatu perusahaan untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan antara lain melekatnya citra yang baik.

Jika citra perusahaan sudah tidak baik dimata publik, maka banyak lagi hal lain yang akan menghambat perkembangan perusahaan, belum lagi usaha untuk memperbaiki citra itu tidaklah mudah dan memerlukan biaya yang cukup mahal.

Dalam fenomena ini perusahaan harus tetap menegaskan prosedur yang telah ditetapkan dan berupaya untuk terus memantau kegiatan *Public relations* dalam mendukung tercapainya tujuan, visi, dan misi perusahaan

dan yang lebih khusus lagi, mencapai tujuan dari kegiatan *sponsorship* yang dilakukan.

Betapa pentingnya peranan divisi *Promotion & Communication* perusahaan melalui kegiatan *sponsorship* bagi kelanjutan perkembangan perusahaan itu sendiri sehingga jika hanya salah satu program kerja saja yang diabaikan termasuk didalamnya yaitu program kerja *sponsorship*, maka akan mempengaruhi opini publik yang akan terus menyebar dari waktu ke waktu secara terus-menerus dan pada akhirnya terbentuk suatu citra pada perusahaan, apakah positif atau negatif. Namun tentunya citra yang diharapkan perusahaan adalah citra yang positif di hadapan publiknya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengadakan pembahasan lebih lanjut.

3.5 Sekolah Dasar

Sekolah dasar adalah jenjang paling dasar pada pendidikan formal di Indonesia. Sekolah dasar ditempuh dalam waktu 6 tahun, mulai dari kelas 1 sampai kelas 6. Saat ini murid kelas 6 diwajibkan mengikuti Ujian Nasional (dahulu Ebtanas) yang memengaruhi kelulusan siswa. Lulusan sekolah dasar dapat melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah pertama (atau sederajat). Pelajar sekolah dasar umumnya berusia 7-12 tahun. Di Indonesia, setiap warga negara berusia 7-15 tahun wajib mengikuti pendidikan dasar, yakni sekolah dasar (atau sederajat) 6 tahun dan sekolah menengah pertama (atau sederajat) 3 tahun.

Sekolah dasar diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta. Sejak diberlakukannya otonomi daerah pada tahun 2001, pengelolaan sekolah dasar negeri (SDN) di Indonesia yang sebelumnya berada di bawah Departemen Pendidikan Nasional, kini menjadi tanggung jawab pemerintah daerah kabupaten/kota. Sedangkan Departemen Pendidikan Nasional hanya berperan sebagai regulator dalam bidang standar nasional pendidikan. Secara struktural, sekolah dasar negeri merupakan unit pelaksana teknis dinas pendidikan kabupaten/kota.

3.5.1 Sejarah

Pada masa penjajahan Belanda, sekolah menengah tingkat atas disebut sebagai *Europeesche Lagere School* (ELS). Setelahnya, pada masa penjajahan Jepang, disebut dengan Sekolah Rakyat (SR). Setelah Indonesia merdeka, SR berubah menjadi Sekolah Dasar (SD) pada tanggal 13 Maret 1946.

3.5.2 Budaya

Sekolah dasar negeri di Indonesia umumnya menggunakan seragam putih merah untuk hari hari biasa, seragam coklat untuk pramuka/hari tertentu, dan pada sekolah-sekolah tertentu menggunakan seragam putih-putih untuk upacara bendera. Upacara bendera dilaksanakan setiap hari Senin pagi sebelum dimulai pelajaran.

3.5.3 Kurikulum SD

1. Agama
2. Kewarganegaraan
3. Jasmani dan Kesehatan
4. Teknologi Informatika dan Komunikasi
5. Bahasa Indonesia
6. Bahasa Inggris
7. Bahasa Daerah
8. Bahasa Asing
9. Matematika
10. Ilmu Pengetahuan Alam
11. Sejarah
12. Ilmu Pengetahuan Sosial
13. Seni Budaya dan Keterampilan

3.5.4 Pengelolaan

Pendidikan dasar di Indonesia pada dasarnya dibedakan menjadi dua yaitu yang dikelola oleh pemerintah biasanya disebut Sekolah Dasar Negeri dan Madrasah Ibtidaiyah Negeri sedang yang kedua dikelola oleh masyarakat biasanya disebut Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta. SD dibawah lingkup Depdiknas sedang MI dibawah lingkup Depag. disamping itu ada pula sekolah dasar dibawah lingkup Depdiknas berciri khas agama dengan sebutan Sekolah Dasar Islam atau Sekolah Dasar Kristen,dll.

3.5.5 Permasalahan

Dikarenakan letak geografis Indonesia maka permasalahan terbesar adalah pemerataan guru di daerah-daerah yang terpencil, parahnya lagi meskipun pemerintah menyebutkan bahwa banyak guru yang sudah diangkat menjadi pns tapi masih banyak pula guru yang belum terangkat menjadi pns, ditambah lagi adapula guru yang mendapatkan gaji hanya ±Rp. 100.000,- sebulan.

