

Perancangan Media Promosi SMP IT Dar El Iman dalam bentuk Audio Visual

Eka Febdianda Ramadhan^{1✉}, Muhammad Rio Akbar², Robby Usman³
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

ekafebdianda16@gmail.com

Abstract

SMP IT Dar El Iman is a modern school that stands in the center of the city of Padang which was founded in 2015 under the auspices of the Dar El Iman foundation, where SMP IT Dar El Iman has complete facilities and quality graduates. The absence of a promotional video, made the author to appoint Dar El Iman IT Middle School as the title of the Final Project with the title "Designing a Dar El Iman IT Middle School Promotion Video, which in the Dar El Iman IT Middle School Promotion Video will show complete facilities and student activities. Which is combined with visuals and the selection of Islamic nuanced backsound Furthermore, it is analyzed using SWOT analysis theory. This is done as a creative approach to reach the target audience area, so that the aims and objectives of the video are right on target and can increase enthusiasts from the Dar El Iman IT Middle School.

Keywords: Promotion, Promotional Video, SMP IT Dar El Iman.

Abstrak

SMP IT Dar El Iman merupakan sekolah modern yang berdiri di pusat kota Padang yang di dirikan pada tanggal tahun 2015 dibawah naungan yayasan dar el iman, yang mana SMP IT Dar El Iman memiliki fasilitas yang lengkap dan lulusan yang berkualitas. Belum adanya video promosi, membuat Penulis untuk mengangkat SMP IT Dar El Iman sebagai judul Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Video Promosi SMP IT Dar El Iman, yang mana di Video Promosi SMP IT Dar El Iman akan menampilkan fasilitas yang lengkap serta aktifitas siswa / siswi yang di padukan dengan visual serta pemelihan backsound yang bernuansa islami. Selanjutnya di analisis menggunakan teorianalisis SWOT. Hal tersebut di lakukan sebagai pendekatan kreatif untuk mencapai wilayah target audiens, agar maksud dan tujuan dari video tepat sasaran dan dapat meningkatkan peminat dari SMP IT Dar El Iman, Selanjutnya membuat konsep strategi dan program kreatif dalam menghasilkan pemecahan masalah perancangan.

Kata kunci: Promosi, Video Promosi, SMP IT Dar El Iman.

© 2020 Judikatif

1. Pendahuluan

SMP IT Dar El-Iman adalah sebuah lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan Yayasan Dar El-Iman dibawah pimpinan. Sejak berdiri sejak tahun 2015. Berdirinya SMP IT Dar El Iman karena inisiatif dari pengurus Yayasan Dar El Iman kemudian juga dorongan dari walimurid SD IT yang anaknya sudah berada di jenjang kelas 6 SD. Maka mereka membutuhkan tempat untuk melanjutkan ke jenjang berikutnya. Maka berdirilah SMP IT Dar El Iman, dengan murid awal sebanyak 56 orang.

SMP IT Dar El Iman memiliki potensi untuk lebih berkembang pada masa yang akan datang. Hal ini disebabkan karena SMP IT Dar El Iman ini memiliki keunggulan dalam mengintegrasikan antara ilmu agama dan umum. Sehingga para siswa tidak akan memiliki kepribadian terbelah yang memiliki kecerdasan otak, namun bobrok secara mental.

Visinya menjadi sekolah unggul di Sumatera Barat tahun 2024 yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah, dan memiliki moto yaitu, Teladan dalam Sunnah, Kreatif dan Kompetitif.

2. Metodologi Penelitian

2.1. Tahapan Penelitian dan Perancangan

Perancangan ini melalui beberapa tahap sebagai berikut:

a. Mengumpulkan Data

Merumuskan Masalah dan Mengumpulkan Data Pada tahap ini peneliti merumuskan masalah berdasarkan latar belakang dan melanjutkannya dengan pengumpulan data.

b. Analisis Data

Pada tahapan ini semua data yang telah dikumpulkan diolah, untuk ditarik beberapa kesimpulan yang

nantinya akan digunakan untuk merumuskan strategi dari video promosi tersebut

2.2. Metode Pengumpulan data

2.2.1. Observasi

Observasi ini menjadi salah satu dari teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, yang direncanakan dan dicatat secara sistematis [2] Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses psikologis dan biologis. Dalam menggunakan teknik observasi, hal terpenting yang harus diperhatikan ialah hanya mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti. Observasi dilakukan pada tanggal 22 Oktober 2019 yang dilakukan langsung di SMP IT Dar El-Iman Jalan Gunung Juaro Kelurahan Surau Gadang Kecamatan Nanggalo, Kota Padang.

2.2.2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara mendapatkan informasi serta opini dari orang yang disebut narasumber. Proses wawancara yaitu dengan pewawancara mengundang atau mendatangi narasumber baik secara langsung maupun tidak langsung dan meminta narasumber untuk menjawab pertanyaan dari pewawancara. Dengan kata lain, wawancara adalah kegiatan tanya dan jawab antara narasumber dan pewawancara untuk mendapatkan, informasi, opini, dan fakta dari narasumber. Dalam wawancara, pewawancara harus dapat membuat narasumber menyatakan hal yang jujur. Wawancara merupakan salah satu teknik dalam mengumpulkan informasi selain observasi dan kuisioner.

Wawancara dilakukan dengan Bapak Riko Irwan, M.Si selaku Staf tata usaha di SMP IT Dar El Iman, Di Jalan Gunung Juaro Kelurahan Surau Gadang Kecamatan Nanggalo, Kota Padang. Pada tanggal 22 oktober 2019 dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan datang langsung ke SMP IT Dar El Iman dan melakukan wawancara langsung dengan Bapak Riko Irwan, M.Si selaku Staf tata usaha di Yayasan Dar El Iman dapat disimpulkan bahwa video promosi SMP IT Dar El Iman sebelumnya belum efektif untuk di zaman sekarang. Diharapkan terciptanya video promosi yang menarik dan lebih efektif dalam menyampaikan pesan atau informasi tentang SMP IT Dar El Iman

2.3. Metode Perancangan

2.3.1. Tujuan Kreatif

Beberapa tujuan kreatif yang dikembangkan dari perancangan video promosi SMP IT Dar El Iman adalah upaya-upaya untuk lebih memberikan tekanan pada pesan yang ingin dicapai yaitu untuk dapat lebih memperkenalkan kepada masyarakat Sumatra Barat tentang SMP IT Dar El Iman.

2.3.2. Strategi Kreatif

Dalam perancangan video promosi SMP IT Dar El Iman ini penulis menggunakan bahasa Indonesia yang baku (formal) yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD), agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti dan di pahami oleh masyarakat yang menyaksikannya.

2.4. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan adalah metode SWOT:

a. Strengths/ Kekuatan

Berdasarkan pengamatan, serta kekuatan yang ada pada video promosi SMP IT Dar El Iman dalam bentuk audio visual ini yaitu:

- 1) Merupakan video promosi yang efektif.
- 2) Menampilkan informasi tentang SMP IT Dar El Iman.
- 3) Video berfungsi untuk menarik minat

b. Weaknesses/ Kelemahan

Beberapa kelemahan dalam media promosi SMP IT Dar El Iman dalam bentuk audio visual ini yaitu:

- 1) Belum adanya video promosi SMP IT Dar El Iman yang sebelumnya.
- 2) Kurangnya informasi tentang fasilitas yang di sediakan di sana karena video promosi sebelumnya berupa gabungan dari beberapa foto.

c. Peluang (Opportunity)

Peluang utama perancangan Video promosi SMP IT Dar El Iman dalam bentuk audio visual yaitu:

- 1) Video yang dirancang menarik minat masyarakat untuk melanjutkan jenjang pendidikan di SMP IT Dar El Iman
- 2) Video Promosi ini bisa di akses melalui sosial media internet.

d. Threats/ Ancaman

Tantangan yang dihadapi dalam video promosi SMP IT Dar El Iman dalam bentuk audio visual yaitu:

- 1) Masalahnya adalah saingan dari pesantren yang lain dan sama-sama memiliki fasilitas yang lengkap.

Dari analisis data SWOT dapat disimpulkan SMP IT Dar El Iman memiliki keunggulan fasilitasnya, sehingga fasilitas yang lengkap ini menjadi daya tarik untuk target audiens.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Konsep Perancangan

a. Konsep Verbal

Bahasa berperan sebagai penghubung antara satu orang dengan yang lainnya dalam menyampaikan

tujuan yang diinginkannya. Karena itu bahasa sangat penting dalam proses komunikasi, dan merupakan fungsi utama dalam komunikasi. Perancangan video promosi SMP IT Dar El Iman, sedapat mungkin dapat menimbulkan citra bahwa perancangan ini membantu dalam mempromosikan SMP IT Dar El Iman dan menarik minat masyarakat untuk masuk ke SMP IT Dar El Iman. Maka dari itu dalam video promosi ini penulis menggunakan bahasa Indonesia yang baku (formal) yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD) dan Bahasa Inggris sebagai klu dari pesan yang akan disampaikan, agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat yang menyaksikannya

b. Konsep Visual

Dibuat dengan mengikuti pesan verbal untuk memberi kesan karakteristik dengan menampilkan fasilitas yang ada di setiap SMP IT Dar El Iman agar menimbulkan daya tarik tersendiri. Dalam perancangan ini penulis menampilkan beberapa karakteristik dalam media utama maupun media pendukung, penerapan pada media utama berupa pesan visual yang berisi gambar dan ilustrasi yang ditampilkan dengan cara memberikan efek suara, musik, teks pada video yang ditampilkan. Pada media pendukung pesan yang disampaikan dalam menampilkan profile SMP IT Dar El Iman adalah dengan pemberian gambar, foto, warna, tipografi serta tata letak yang sesuai dengan kriteria dan prinsip-prinsip desain pada umumnya, agar pesan yang disampaikan komunikatif dan mewakili tujuan dari promosi SMP IT Dar El Iman.

3.2. Pra Desain

3.2.1. Tipografi

Untuk menciptakan suatu kesan yang dinamis pada perancangan ini, penggunaan huruf yang memiliki keterbacaan yang jelas dan bisa diterapkan keberbagai media serta memiliki kesamaan dengan identitas audio visual yang dirancang [3]. Pemilihan huruf pada media utama dan media pendukung agar memberikan kesan dinamis, tegas dengan memperhatikan keterbacaan yang baik namun tetap menarik untuk dilihat.

3.2.2. Warna

Warna perancangan video promosi SMP IT Dar El Iman, perancang menggunakan beberapa pilihan warna, seperti biru, merah, putih, hijau, dan hitam. Warna ini dipilih menyesuaikan dengan karakteristik dari sekolah itu sendiri. Metode warna yang digunakan pada perancangan media pendukung adalah metode (CMYK) Cyan, Magenta, Yellow, dan Black [4].

3.2.3. Logo

Logo sekolah akan di gunakan dalam media utama dan media pendukung. Pada media utama logo di gunakan sebagai bumper penutup video dan juga pengenalan dari setiap video yang di tampilkan. Pada

media pendukung [5]. Logo sekolah akan digunakan pada setiap rancangan.

3.3. Tahap Produksi

Dalam sebuah proses penciptaan audio visual ada beberapa tahapan dan persiapan ialah praproduksi, produksi dan pasca produksi [6].

3.3.1. Program

Judul Program: Video promosi SMP IT Dar El Iman

Durasi: 3 menit

Sasaran: Kepada anak SMP yang akan melanjutkan sekolahnya, dan kepada orang tua.

3.3.2. Lokasi

Penentuan lokasi merupakan suatu hal penting dalam pembuatan video promosi. Beberapa lokasi pengambilan gambar yang mendukung video promosi SMP IT Dar El Iman

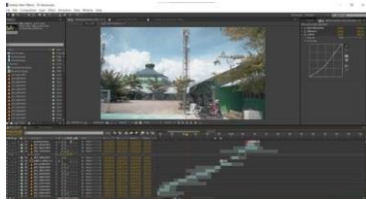
1. Tampak Depan SMP IT Dar El Iman
2. Gedung Sekolah SMP Putra
3. Gedung Sekolah SMP Putri
4. Gedung Mesjid Beserta Gedung Sekolah
5. Perpustakaan
6. Labor Komputer
7. Kegiatan Belajar
8. Kegiatan Sholat bersama
9. Kegiatan Tausitah Sehabis Sholat
10. Kegiatan Olahraga

3.3. Tahap Pasca Produksi

3.3.1. Editing

Ada beberapa langkah dalam pengeditan media utama perancangan video promosi SMP IT Dar El Iman:

1. Capture, merupakan proses pemindahan gambar yang telah di rekam dengan kamera video ke koomputer PC. Pemindahan data gambar dikelompokkan sesuai storyline dan storyboard agar jelas dan tidak susah dalam editing video.
2. Editing Video, editing merupakan pengolahan setelah dilakukan pemindahan data gambar karena perekam. Proses pengeditan menggunakan software Adobe Premier CS6 dan Adobe After Effec, kemudian gambar baru bisa di edit, dipotong-potong dan dirangkai menjadi satu video utuh seperti yang tersajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan editing footage video promosi

3.3.2. Mixing

Mixing adalah pencampuran gambar dengan suara, video yang telah di potong- potong dan di rangkai, mulai di satukan dengan music pendukung. Pemilihan music instrumetal membuat video iklan ini menjadi suatu padu dan enak untuk dilihat [7]. Keseimbangan antar music pendukung dengan video yang di tampilkan sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu. Pada awal opening dibuka dengan bumper logo.

3.3.3. Mastering atau render

Mastering atau render merupakan proses terakhir dalam pembuatan Video Promosi SMPIT Dar El Iman yang dimana video formatnya bisa di jalankan oleh media player

3.3.4. Final Media Utama

Berikut ini beberapa cuplikan adegan karya utama. Yang tersajikan pada Gambar 2 sampai dengan Gambar 7



Gambar 2. Adegan pertama



Gambar 3. Adegan kedua



Gambar 4. Adegan ketiga



Gambar 5. Adegan keempat



Gambar 6. Adegan kelima



Gambar 7. Adegan keenam

3.4 Pembahasan Media Pendukung

Dalam perancangan media Promosi SMP IT Dar El Iman, video iklan sebagai media utama akan di dukung dengan beberapa media pendukung dalam kegiatan promosi.pada media pendukung ini perancang akan menggunakan berbagai warna yang diantaranya hijau, kuning, putih. Peranan media pendukung nantinya di harapkan akan menunjang efektifitas dari media utama video iklan dalam memberikan pesan kepada target audience dan menghasilkan umpan balik yang positif dari target audience yang di tuju. Media pendukung terdiri dari beberapa jenis media, ukuran dan material seperti yang tersajikan pada Gambar 8 sampai dengan Gambar 18.

a. Poster



Gambar 8. Final desain poster

b. X-banner



Gambar 9. Final desain x-banner

c. Kalender



Gambar 10. Final desain kalender

d. Leaflet



Gambar 11. Final desain leaflet

e. Flyer



Gambar 12. Final desain flyer

f. Paper Bag



Gambar 13. Final desain paper bag

g. Kalender Meja



Gambar 14. Final desain kalender meja

h. Sticker



Gambar 15. Final desain sticker

i. Spanduk



Gambar 16. Final desain spanduk

4. Kesimpulan

Promosi SMP IT Dar El Iman yang telah di rancang memberi informasi kalau SMP IT Dar El Iman memiliki fasilitas yang lengkap,serta menjadikan santri dan santriat yang ber ilmu, yang siap bersaing di dunia pendidikan dan dunia kerja. Video Promosi SMP IT Dar El Iman dapat memberikan informasi yang di butuhkan oleh konsumen maupun investor untuk mengenalkan SMP IT Dar El Iman serta dilengkapi dengan berbagai jenis media pendukung lainnya.

Daftar Rujukan

[1] Candra, B. (2020). Analisis Pengembangan Organisasi di SMP IT Dar El Iman Kota Padang (*Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang*).

[2] Suharto, S., Syauri, M. S., Alfian, T., & Susila, D. A. (2021). Perancangan Media Promosi Produk Guitars Melalui Audio Visual. *Suluh: Jurnal Seni Desain Budaya*, 4(1), 1-16.

- [3] Anggraini S. & Nathalia. (2014). Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula. Bandung: Nuansa Cendekia
- [4] Listya, A. (2019). Konsep dan penggunaan warna dalam infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10-19. <http://dx.doi.org/10.30998/jurnaldesain.v6i01.2837>
- [5] Hananto, B. A. (2019). Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota Bogo. *Jurnal Titik Imaji*, 2(1). <http://dx.doi.org/10.30813/v2i1.1525>
- [6] Kurniawan, A. W. (2018). Pengembangan media audio-visual pencak silat seni dengan musik. *Gelombang Pendidikan Jasmani Indonesia*, 2(1), 10-17. <http://dx.doi.org/10.17977/um040v2i1p10-17>
- [7] Setiawan, A. D., & Bezaleel, M. (2019). Perancangan film pendek " Bukan Hak-Ku" untuk menanamkan nilai kejujuran pada anak usia 8-12 tahun. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(01), 127-140. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v5i01.1873>