

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI  
PUSAT KEGIATAN BELAJAR MASYARAKAT  
SUKA MAJU SEJAHTERA MELALUI MEDIA SOSIAL**

**JURNAL**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana  
Desain Komunikasi Visual*



**Oleh :**

**SOPHIA NABILA PUTERI**

**14027129/2014**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN SENI RUPA**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2018**

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI  
PUSAT KEGIATAN BELAJAR MASYARAKAT  
SUKA MAJU SEJAHTERA MELALUI MEDIA SOSIAL**

Sophia Nabila Puteri<sup>1</sup>, Zubaidah<sup>2</sup>, Dini Faisal<sup>3</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,  
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang  
Email: sophiasnp@gmail.com

**ABSTRAK**

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) adalah lembaga sosial yang bergerak di bidang pendidikan. Salah satu PKBM yang berlokasi di Padang adalah PKBM Suka Maju Sejahtera, menyelenggarakan program Pendidikan Kesetaraan Paket A, B, dan C setara SD/SMP/SMA. PKBM ini baru saja pindah lokasi ke Tepian Danau Cimpago, yang berdampak menurunnya pendaftaran siswa baru. Masyarakat juga kurang respon dengan Pendidikan Kesetaraan ini. Maka, diperlukan promosi dengan audio visual yang mampu menarik dan meyakinkan masyarakat, terutama masyarakat putus sekolah. media promosi yang tepat adalah video promosi melalui media sosial.

Konsep perancangan video promosi PKBM Suka Maju Sejahtera adalah video *cinematic*. Konsep *cinematic* dipilih karena mampu menarik emosi penonton untuk lebih menjiwai video tersebut. Sehingga penonton akan merasa ingin tau mengenai Pendidikan Kesetaraan Paket A, B, dan C yang diselenggarakan PKBM Suka Maju Sejahtera.

Metode perancangan ini menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam promosi PKBM Suka Maju Sejahtera. Program Kreatif yang digunakan adalah AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). AISAS digunakan karena kebiasaan masyarakat sekarang yang tidak bisa lepas dari internet. Perancangan Video Promosi PKBM Suka Maju Sejahtera diaplikasikan pada media utama video promosi melalui media sosial. Media pendukung yakni poster, *sticker*, baju, pin, brosur, jam dinding, kartu nama, dan *banner*. Diharapkan dengan adanya peancangan Video Peromosi PKBM Suka Maju Sejahtera melalui media sosial, dapat meningkatkan respon masyarakat Sumatera Barat dalam melanjutkan pendidikannya.

**Kata Kunci: Video Promosi, PKBM Suka Maju Sejahtera, Media Sosial**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

**DESIGNING SUKA MAJU SEJAHTERA COMMUNITY  
LEARNING CENTER PROMOTION VIDEO  
THROUGH SOCIAL MEDIA**

Sophia Nabila Puteri<sup>1</sup>, Zubaidah<sup>2</sup>, Dini Faisal<sup>3</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,  
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang  
Email: sophiasnp@gmail.com

**ABSTRACT**

Community Learning Center is a social institution in educational field. One of community learning center in Padang is *Suka Maju Sejahtera* Community Learning Center, it held Equality Education Program Packet A, B, and C that is equal with Elementary School/Junior High School/and Senior High School. This Community Learning Center just move to *Tepian Danau Cimpago*. The impact of this movement is registrant decreased. Community also have less respond in this Equality Education. So, it is necessary to make a promotion through audio visual media which can make community interested and convinced, especially for dropout people. The right promotion media is promotion video through social media.

The *Suka Maju Sejahtera* Community Learning Center promotion video concept is cinematic video. This concept is chosen because it will be able to attract people emotion to animate that video. So people will be curious about Equality Education Program Packet A, B, and C that is held by *Suka Maju Sejahtera* Community Learning Center.

The designing method used SWOT analysis approach to find strength, weakness, opportunity, and threat in *Suka Maju Sejahtera* Community Learning Center promotion. Creative program used is AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). AISAS is used because the people habit nowadays can not be separated with internet. The *Suka Maju Sejahtera* Community Learning Center promotion video designing was applied in promotion video main media through. Supporting media are poster, sticker, shirt, pin, brochure, clock, name card, and banner. This *Suka Maju Sejahtera* Community Learning Center Video Promotion through social media is expected to make Sumatra Barat community respond increase to continue their education.

**Keywords: Promotion Video, *Suka Maju Sejahtera* Community Learning Center, Social Media**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

## **A. Pendahuluan**

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) adalah sebuah lembaga yang dibentuk oleh masyarakat dalam lingkungan ekonomi menengah kebawah. Yakni masyarakat kurang mampu dengan daya sadar pendidikan rendah. Bertujuan untuk memajukan kehidupan serta kualitas masyarakat, yang bergerak dalam pendidikan dan sosial. PKBM memiliki berbagai macam program, dan salah satunya adalah program Pendidikan Kesetaraan Paket A setara SD, B setara SMP, dan C setara SMA.

Salah satunya PKBM Suka Maju Sejahtera. PKBM ini beralamat di Tepian Di Tepian Danau Cimpago Kelurahan Purus Kecamatan Padang Barat. Target audien PKBM Suka Maju Sejahtera adalah masyarakat putus sekolah, terdiri dari anak-anak hingga dewasa. Tingkat umur murid berkisar 12 hingga 35 tahun. Ada keluhan dari pengelola PKBM Suka Maju Sejahtera, bahwa pada tahun 2017 peminat untuk melanjutkan pendidikan di PKBM ini menurun. Salah satu penyebabnya adalah lokasi yang baru saja pindah. Semula berlokasi di Jl. Veteran No. 2A pindah ke Tepian Danau Cimpago Purus. Proses pembangunan renovasi di lokasi baru membuat situasi belajar-mengajar tidak efektif. Ditambah persepsi masyarakat yang kurang respon tentang pendidikan kesetaraan A,B,C ini. Hal tersebut mengakibatkan semakin menurunnya tingkat pendaftaran siswa Paket A, B, dan C di PKBM Suka Maju Sejahtera.

Dari penjelasan tersebut, PKBM Suka Maju Sejahtera memerlukan peningkatan promosi kembali. Hal tersebut berkaitan perlu adanya upaya untuk merubah pandangan masyarakat mengenai pendidikan non formal Paket A, B, dan C. Diharapkan adanya promosi PKBM Suka Maju Sejahtera, masyarakat putus sekolah kembali minat untuk melanjutkan dan menyelesaikan pendidikannya di PKBM ini.

Media promosi yang akan dirancang adalah media video. Menurut Arifin (2018:20) dalam Kheydi (2015) pengertian video yakni “Video adalah media yang mempunyai unsur visual dan audio, dimana media ini dapat dilihat, digerakkan

visualnya, dan dapat didengar suaranya sehingga tampilannya lebih menarik. Oleh sebab itu media video dipilih sebagai media promosi karena melalui video bisa diperlihatkan secara visual bergerak tentang keunggulan PKBM Suka Maju Sejahtera, sehingga kepercayaan masyarakat akan lebih kuat terhadap kualitas maupun kesungguhan dalam PKBM Suka Maju Sejahtera.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*” (Cahyono, (2016:3).

Tim riset Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) #Siberkreasi melakukan penelitian dengan judul “Perspektif Acara Digital & Pola Penggunaan Internet pada Generasi Y dan Z” dengan generasi Y umur 22-40 tahun dan generasi Z berumur 7-21 tahun. Menghasilkan kesimpulan internet cenderung digunakan untuk membuka sosial media menjadi angkat tertinggi. Maka dari itu, menggunakan media sosial PKBM Suka Maju Sejahtera akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat..

Berdasarkan penjelasan di atas, maka media yang tepat untuk promosi PKBM Suka Maju Sejahtera adalah video promosi melalui media sosial. Video promosi tersebut bertujuan untuk merubah persepsi masyarakat tentang Pendidikan Kesetaraan Paket A, B, dan C sehingga berhasil meningkatkan pendaftaran siswa baru dengan menggunakan sosial media agar cakupan jangkauan promosi lebih luas.

## **B. Metode Perancangan**

Metode perancangan video promosi PKBM Suka Maju Sejahtera ini menggunakan metode perancangan kombinasi *glass box* dan *black box*. Metode *glass box* merupakan perancangan rasional dan sistematis. Hasil ciptaan dari

perancangan *glass box* ini dapat ditelusuri bagaimana proses terjadi maupun proses kreatifnya. Metode ini di pakai ketika membuat *shooting list, shooting schedule, storyline, storyboard*, dll. Metode *black box*, digunakan ketika perancangan yang membutuhkan *feel* serta intuisi dalam pembuatan karya, seperti *take video, take photo*, dan pemilihan warna dalam perancangan media.

Penelitian dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah PKBM Suka Maju Sejahtera. Data primer didapatkan melalui wawancara dengan pengelola PKBM Suka Maju Sejahtera dan dengan masyarakat.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisa ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman. Berdasarkan data yang didapatkan dari analisis SWOT adalah:

1. Kekuatan (*Strenght*)

PKBM Suka Maju Sejahtera telah berdiri kurang lebih 14 tahun. Selama itum PKBM ini telah memiliki lulusan yang banyak. Tidak sedikit yang telah kuliah, bekerja negeri/swasta, dll. PKBM ini juga memiliki lokasi strategis, yakni berada di pantai Purus Padang dimana daerah ini adalah daerah wisata yang sering dikunjungi masyarakat Padang.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Masih sedikit masyarakat yang tau PKBM Suka Maju Sejahtera telah pindah lokasi. Ditambah Danau Cimpago yang kerap dipenuhi sampah kerap kali menimbulkan aroma tidak sedap sehingga menyebabkan proses belajar-mengajar menjadi tidak nyaman. Lokasi PKBM yang bertepatan berada di samping jembatan Purus, kerap menjadi tidak kelihatan oleh pengendara saat melaju dengan kecepatan kencang.

3. Peluang (*Opportunity*)

Dukungan dari pemerintah daerah dalam melengkapi sarana dan prasarana PKBM Suka Maju Sejahtera. Ditambah tuntutan ekonomi dalam pemilihan

SDM berkualitas dengan tamatan pendidikan minimal SMA, membuat masyarakat akan berusaha meneruskan pendidikannya agar mendapatkan pekerjaan yang bagus. Lokasi PKBM ini juga strategis, yakni dalam lingkungan daerah pariwisata. Diyakini PKBM ini cepat diketahui masyarakat jika telah dilakukan promosi yang tepat.

#### 4. Ancaman (*Threat*)

Yang menjadi ancaman PKBM Suka Maju Sejahtera adalah sekolah formal, dan beberapa PKBM / SKB di kota Padang yang menyediakan program serupa.

### C. Pembahasan

#### 1. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah video promosi melalui media sosial. Menurut Arifin, (2018:26) dalam Keydi, (2015) “Video adalah media yang mempunyai unsur visual dan audio, dimana media ini dapat dilihat gerakan visualnya dan dapat didengar suaranya sehingga tampilannya lebih menarik.

Penulis merancang video sebagai media utama, karena video menampilkan visual bergerak yang menarik, yang lebih dapat meyakinkan konsumen dan target audien. Perancangan dilaksanakan dengan langkah awal menentukan ide, membuat *storyline* dan *storyboard*, menentukan *shootlist* dan *shooting schedule*, *editing*, dan estimasi biaya. Setelah itu membuat layout alternatif untuk media pendukung sebanyak tiga buah. Terdiri dari *headline*, *subheadline*, *tagline*, dan gambar.

#### 2. Pendekatan Verbal

Penyajian data verbal merupakan hasil dari penelitian menggunakan kata-kata atau kealimat. Bisa berupa *headline* dan *tagline*.

*Headline* :  
**PKBM SUKA MAJU SEJAHTERA**

*Subheadline* :

Pendidikan Kesetaraan Paket A setara SD, Paket B setara SMP,  
dan Paket C setara SMA.

*Tagline*

:

*“Aku bisa melanjutkan sekolah.  
Lanjutkan sekolah demi masa depan cemerlang !”*

### 3. Pendekatan Visual

Penyajian data yang pakai dalam pembuatan media utama dan pendukung. Media tersebut harus bersifat komunikatif.

1) Gambar



Gambar 1. Logo PKBM Suka Maju Sejahtera



Gambar 2. Pemeran utama



Gambar 3. Gedung / lokasi PKBM SMS

## 2) Font

Jenis font yang digunakan dalam perancangan video promosi PKBM Suka Maju Sejahtera ini adalah Calibri. Karakter dari Calibri tersebut tidak monoton, dan masih bisa digunakan dalam penulisan semi resmi.

Calibri Use Only

A B C D E F G H I J K L M N O Q R S T U  
V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u

1 2 3 4 5 6 7 8 0

## 3) Warna

Perancangan video promosi ini menggunakan warna hitam, navy, dan kuning. Hitam memiliki kesan jelas, terbaca, dan kekuatan. Navy memiliki makna nyaman. Kuning memiliki makna cerah, bahagia, dan ceria.

## D. Final Desain

### 1. Media Utama



Gambar 4. Adegan *opening* video promosi PKBM SMS



Gambar 5. Adegan pemulung membaca brosur pada video promosi PKBM SMS



Gambar 6. Adegan pemulung belajar di PKBM SMS pada video promosi



Gambar 9. Adegan pemulung telah menjadi orang sukses pada video promosi



Gambar 7. Adegan ujian UNBK Paket C PKBM SMS pada video promosi



Gambar 10. Adegan mereka berdua menuju PKBM SMS pada video promosi



Gambar 8. Adegan ijazah paket C PKBM SMS pada video promosi



Gambar 11. Ending video menggunakan tagline dan logo PKBM SMS

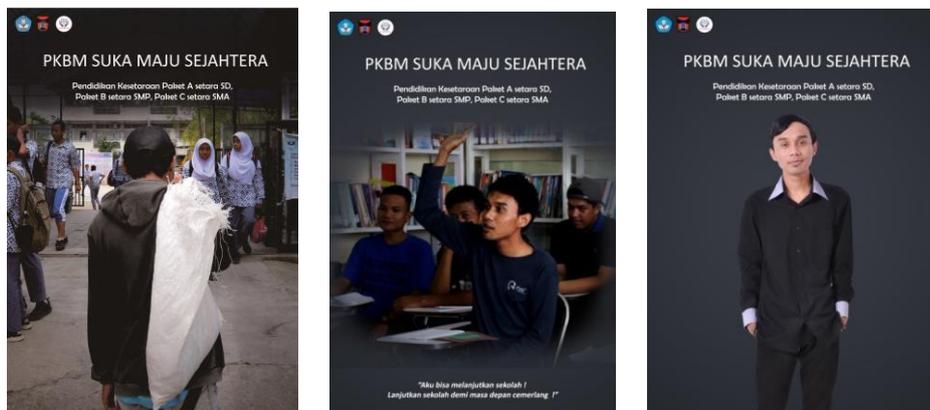
pada video promosi



Gambar 15. Video promosi PKBM SMS tersebut di sosial media instagram

## 2. Pembahasan Media Pendukung

### a) Poster



Gambar 16. Final *design* poster

b) Sticker



Gambar 17. Final design sticker

c) Baju



Gambar 18. Final design baju

d) Pin



Gambar 19. Final design pin

e) Brosur



Gambar 20. Final design brosur

## f) Jam Dinding



Gambar 21. Final *design* jam

## g) Kartu Nama



Gambar 22. Final *design* kartu nama

## h) Banner



Gambar 23. Final *design* banner

## E. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dari masing-masing bab, pada perancangan video promosi PKBM Suka Maju Sejahtera melalui sosial media, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam perancangan video promosi terlebih dahulu harus

menentukan metoda analisis data yang digunakan. Kemudian memperhatikan beberapa pendekatan kreatif, menetapkan tujuan kreatif, menetapkan strategi kreatif, dan merancang program kreatif. Hal itu semua harus dikaitkan dengan metoda analisis. Pembuatan viodeo promosi juga terlebih dahulu menemukan ide, membuat beberapa konsep kreatif yang meliputi konsep verbal dan visual.

Dengan adanya video promosi PKBM Suka Maju Sejahtera diharapkan dapat menyampaikan informasi tentang pendidikan kesetaraan Paket A, B, dan C setara SD, SMP, dan SMA.

#### **F. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, ada beberapa saran yang dapat diajukan dan diharapkan masyarakat dengan umur 12-35 tahun yang putus sekolah di kota Padang, bisa segera melanjutkan pendidikannya. Diharapkan dengan adanya PKBM Suka Maju Sejahtera mampu mengurangi masalah masyarakat yang putus sekolah.

Bagi perancang yang akan melakukan perancangan video promosi agar lebih memperhatikan data visual dan data verbal yang disajikan, dan mengaplikasikan secara optimal teknik skenario dan *shootinglist* agar tidak membuang waktu dan durasi dalam pengambilan gambar.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Arifin, Z. 2018. *Perancangan Video Promosi Batik Samin Jatiwangi Sebagai Upaya Mengenalkan Batik Kabupaten Blora*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Program Sarjana Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. Jurnal PUBLICIANA, 9 (1), 140-157.
- Gerakan Nasional Literasi Digital. 2017. *Survey Perspektif Penggunaan Internet (Generasi Y dan Z)*
- Oki Sikumbang, D., Zubaidah, M. S., & Hendra Afriwan, S. S. (2017). *Perancangan Iklan Luar Ruang Dalam Media Transit Advertising Texas Juice Di Kota Bukittinggi*. *dekave*, 5(1).