

**VIDEO KAMPANYE “AYO KE STADION”  
MENDUKUNG SEMEN PADANG FC**

**JURNAL**

Diajukan sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Menyelesaikan Studi S1  
pada Fakultas Bahasa dan Seni (FBS) Universitas Negeri Padang



Oleh :

**FAZRI RIDWAN LIPALMA**  
**1205506/2012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode Maret2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

JURNAL

**"PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE "AYO KE STADION"  
MENDUKUNG SEMEN PADANG FC"**


**Fazri Ridwan Lipalma**

*Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Fazri Ridwan Lipalma "Perancangan Video Kampanye "Ayo ke Stadion" Mendukung Semen Padang FC" untuk persyaratan wisuda periode Maret 2018 dan telah diperiksa/ditetujui oleh kedua pembimbing.*

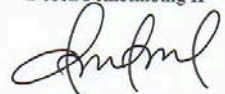
Padang, 06 Februari 2018

Disetujui dan Disahkan oleh,

Dosen Pembimbing I


  
**San Ahdi S.Sn., M.Ds.**  
NIP : 19791216.200812.1.004

Dosen Pembimbing II

  
**Dini Faisal S.Ds., M.Ds.**  
NIP : 19840909.201404.2.003

Mengetahui :

Ketua Jurusan Seni Rupa

  
**Drs. Syafwan, M.Si**  
NIP: 19570101.198103.1.010

## ABSTRAK

Klub sepak bola tidak akan pernah terlepas dari supporternya, karena supporter adalah nyawa bagi tim. Semen Padang Fc mempunyai dua kelompok supporter yaitu The Kmer's dan Spartack's, pada akhir tahun 2017, Semen Padang Fc mengalami keterpurukan, Semen Padang FC harus terdegradasi ke kasta dua liga Indonesia, ini membuat antusias Masyarakat menurun untuk datang langsung ke stadion mendukung Semen Padang FC.

Untuk mengembalikan antusias Masyarakat diperlukan suatu Kampanye, Kampanye merupakan sebuah kegiatan untuk mempengaruhi masyarakat dengan merencanakan kegiatan untuk dapat mencapai tujuan tertentu. Tujuan perancangan video kampanye ini adalah untuk mengajak masyarakat agar kembali datang ke stadion mendukung secara langsung klub lokal Sumatera Barat yaitu Semen Padang Fc.

Metode perancangan penulis menggunakan kualitatif deskriptif yaitu menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi didalam masyarakat. Selain itu penulis menggunakan metode 5W + 1H, digunakan untuk memecahkan masalah yang ada dalam latar belakang dan mencari solusi dari masalah tersebut.

Perancangan kampanye "Ayo ke Stadion" ini akan disampaikan melalui media *Audio Visual*. Peran *Audio Visual* dalam kampanye ini diperlukan untuk memberikan daya tarik bagi masyarakat. Disamping itu, agar penyampaian informasi lebih efektif maka kampanye juga ditunjang beberapa media pendukung berupa *scraft*, *topi*, *backdrop*, *syal*, *Kaos*, *CD Label*, *CD Cover* dan *Stiker*.

**Kata kunci : Sepak Bola, Supporter, Kampanye Sosial, Metode Perancangan.**

## ABSTRACT

Football clubs will never be separated from their supporters, because the supporters are the life of the team. Semen Padang Fc has two groups of supporters, namely The Kmer's and Spartack's, by the end of 2017, Semen Padang Fc is experiencing a downturn, Semen Padang FC must be relegated to the Indonesian two-league caste, this makes the enthusiasm of the people decline to come directly to the stadium supporting Semen Padang FC.

To reciprocate the Society's enthusiasm a Campaign is required, the Campaign is an activity to influence the community by planning activities to achieve a particular goal. The purpose of this campaign video design is to invite people to come back to the stadium directly support the local club of West Sumatra, Semen Padang Fc.

The design method of the authors use qualitative descriptive that is interpreting and related data related to the situation that is happening within the community. In addition the authors use the 5W + 1H method, used to solve existing problems in the background and find solutions of the problem.

The design of the campaign "Come to Stadium" will be delivered through Audio Visual media. The role of Audio Visual in this campaign is needed to provide an appeal to society. In addition, for the delivery of information more effective then the campaign also supported some supporting media in the form of scraft, hat, backdrop, scarf, T-shirt, CD Label, CD Cover and Stickers.

Keywords: Soccer, Supporter, Social Campaign, Design Method

## **PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE “AYO KE STADION” MENDUKUNG SEMEN PADANG FC**

**Fazri Ridwan Lipalma<sup>1</sup>, San Ahdi,<sup>2</sup>Dini Faisal<sup>3</sup>**  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
FBS Universitas Negeri Padang  
Email: [dheokenedy026@gmail.com](mailto:dheokenedy026@gmail.com)

### **ABSTRACT**

Football clubs will never be separated from their supporters, because the supporters are the life of the team. Semen Padang Fc has two groups of supporters, namely The Kmer's and Spartack's, by the end of 2017, Semen Padang Fc is experiencing a downturn, Semen Padang FC must be relegated to the Indonesian two-league caste, this makes the enthusiasm of the people decline to come directly to the stadium supporting Semen Padang FC.

To reciprocate the Society's enthusiasm a Campaign is required, the Campaign is an activity to influence the community by planning activities to achieve a particular goal. The purpose of this campaign video design is to invite people to come back to the stadium directly support the local club of West Sumatra, Semen Padang Fc.

The design method of the authors use qualitative descriptive that is interpreting and related data related to the situation that is happening within the community. In addition the authors use the 5W + 1H method, used to problem solving in the background and find solutions of the problem.

The design of the campaign "Come to Stadium" will be delivered through Audio Visual media. The role of Audio Visual in this campaign is needed to provide an appeal to society. In addition, for the delivery of information more effective then the campaign also supported some supporting media in the form of scraft, hat, backdrop, scarf, T-shirt, CD Label, CD Cover and Stickers.

Keywords: Soccer, Supporter, Social Campaign, Design Method

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2018

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

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

## **A. Pendahuluan**

Sepak bola adalah suatu olahraga dan hiburan masyarakat yang mengundang antusias orang banyak. Sepakbola terdapat suatu strategi, aturan, serta adanya hasil menang dan kalah. Tanpa di sadari sepak bola memiliki nilai cinta dan kasih sayang atas kebanggaan suatu klub sepak bola. Di Sumatera Barat ada klub sepak bola yang bernama Semen Padang FC.

Semen Padang FC adalah suatu klub lokal Sumatera Barat yang memiliki prestasi sangat bagus dikancah sepakbola Indonesia. Klub ini di danai langsung oleh pabrik semen tertua di Indonesia yaitu PT. Semen Padang, Semen Padang FC berdiri pada tanggal 30 November 1980. Semen Padang FC sendiri bermarkas dalam kompleks pabrik PT. Semen Padang di Indarung. Bicara klub sepak bola, tentu tidak akan terlepas dari yang namanya supporter, begitu juga dengan Semen Padang FC, klub ini memiliki supporter yang fanatik.

Supporter Semen Padang FC ada dua kelompok, yang pertama adalah The Kmer's yang berdiri pada tanggal 14 November 2001 yang diresmikan oleh manajemen Semen Padang FC sendiri, dan Sparatck's yang berdiri pada tanggal 17 May 2010 yang mengaggas supporter yang mandiri. Kedua kelompok supporter ini mengalami konflik selama 3 tahun sejak 2010 hingga 2013, konflik ini dipicu oleh rasa saling iri antar anggota kelompok, Akibat konflik ini, antusias masyarakat menonton bola sudah mulai berkurang karena takut akan supporter yang saling tikam menikam, selain itu Semen Padang FC berpindah liga ke IPL "*Indonesian Premier League*" pada tahun 2011 kala itu

liga Indonesia mengalami dualisme yang tak kunjung sudah. Pada akhirnya kedua kelompok supporter Semen Padang FC ini sadar akan konflik yang selalu merugikan tim dan kedua belah pihak akhirnya mereka berdamai. Namun setelah berdamai, masyarakat masih ragu untuk datang ke stadion, karena konflik bisa saja terjadi.

Selain itu masyarakat kurang datang ke stadion karena harga tiket pertandingan Semen Padang FC yang dijual oleh manajemen begitu mahal, dengan harga tribun utara dan selatan seharga Rp 35.000,- tribun timur seharga Rp 60.000,- dan tribun tertutup Rp 120.000,-. Harga tersebut cukup mahal, apalagi yang akan meramaikan stadion adalah pelajar, manajemen tidak peduli dengan harga tiket yang mereka jual. Maka dari itu banyak masyarakat yang menonton pertandingan Semen Padang FC hanya pada saat Semen Padang FC bermain dengan klub besar dan papan atas.

Seiring berjalannya waktu, di akhir tahun 2017 Semen Padang FC mengalami keterpurukan prestasi, Berdasarkan data klasemen liga 1 Indonesia Semen Padang FC bermain 34 pertandingan dengan hasil 9 kali menang, 8 kali seri dan 17 kali kalah, dan berada posisi 16 pada klasemen, yang mengakibatkan, Semen Padang FC degradasi atau turun kasta ke liga bawah. Ini membuat antusias masyarakat semakin menurun, banyak fans dan masyarakat meninggalkan Semen Padang FC.

Maka dari itu penulis mengambil kasus dari masalah ini yaitu membahas tentang antusias masyarakat yang kurang untuk datang ke Stadion mengakibatkan keterpurukan prestasi dari Semen Padang FC,

manajemen tim sendiri tidak peka akan hal ini, padahal dukungan dalam suatu klub sepak bola sangat penting untuk menunjang prestasi, kurangnya komunikasi antara manajemen dan supporter mengakibatkan kepedulian masyarakat terhadap tim sangat kurang. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu suatu informasi baik secara langsung atau tidak. Menurut Gordon ( dalam Mulyana, 2007 : 5 ) fungsi komunikasi di bagi menjadi empat fungsi yakni, Komunikasi Sosial, Komunikasi Ekspresif, Komunikasi Ritual, dan Komunikasi Instrumental. penulis akan merancang suatu kampanye dengan media *Audio Visual* sebagai suatu langkah untuk memecahkan masalah antusias masyarakat datang ke stadion mendukung Semen Padang FC. Media menurut Pujiyanto (2013:63) Media berasal dari kata Latin “*medium*” (tunggal) dan “*media*” (jamak) yang secara harfiah berarti petengahan, tengah, pusat. Media adalah semua bentuk perantara yang dipakai seorang penyebar ide, sehingga ide atau gagasan itu sampai pada penerima. Media adalah saluran (*channel*) karena pada hakikatnya media telah memperluas atau memperpanjang kemampuan manusia untuk merasakan, mendengar, dan melihat dalam batas-batas jarak, ruang, dan waktu tertentu.

Kampanye ini akan disampaikan melalui media *Audio Visual*. Menurut Rudi Brets dalam Mahnun (2012) *Audio Visual* adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar, jenis media ini mempunyai



kemampuan yang lebih baik karena meliputi suara dan gambar. Media audio visual merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Terdapat dua unsur yang saling bersatu dalam media audio visual yaitu audio dan visual. Karena media ini sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan sosial, Kampanye merupakan sebuah kegiatan untuk mempengaruhi masyarakat dengan merencanakan kegiatan untuk dapat mencapai tujuan tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. Biasanya kampanye berisi pesan-pesan sosial yang digunakan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap suatu masalah yang sedang dihadapi, Venus (2004). Dimana masyarakat saat ini tidak terlepas dari teknologi, *Audio Visual* ini ditampilkan dalam bentuk video, dalam memproduksi sebuah video perlu ada persiapan, menurut Valk (1993:10) dalam buku *Produksi Video* ada 7 persiapan yang dilakukan sebelum memproduksi sebuah film yaitu : Ide, Riset, Naskah, Organisasi, Pengambilan gambar, Editing, Sound Editing. Penulis mengangkat judul yaitu **Perancangan Video Kampanye “Ayo ke Stadion” Mendukung Semen Padang FC** untuk membangkitkan kembali antusias Masyarakat agar datang ke stadion mendukung Semen Padang FC.

## **B. Metode Penelitian**

Dalam perancangan video kampanye untuk datang ke stadion ini memerlukan data-data, salah satu dengan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu melalui observasi, wawancara, dokumen, buku dan internet untuk menggali dan mengumpulkan data yang valid. Wawancara dilakukan dengan berbagai tokoh yang terlibat dalam permasalahan ini yaitu pentolan

dari masing-masing kelompok supporter Semen Padang FC, yaitu Nurman Bay selaku ketua The Kmer's periode 2016-2018 dan anggota aktif Ssupporter Sparatack's yang bernama Adytia Dundun, kemudian wawancara juga dilakukan dengan manajemen Semen Padang FC yaitu bapak Win Bernardino tentang permasalahan sepi nya stadion di saat Semen Padang FC bermain di stadion H.Agus Salim. Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi dengan sumber data, komunikasi dilakukan dengan dialog tanya jawab secara lisan, baik langsung atau tidak. Observasi adalah Melakukan kunjungan langsung ketempat objek penelitian, yaitu saat pertandingan Semen Padang FC di stadion H.Agus Salim, Padang,dan Dokumen adalah pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga atau institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain, dilakukan untuk mendapatkan data-data yang akurat mengenai antusias masyarakat untuk datang ke stadion mendukung langsung Semen Padang FC.

Metode analisis data yang digunakan dalam pembuatan Video Kampanye "Ayo ke Stadion" Mendukung Semen Padang FC ini adalah 5W+1H. Analisis data menggunakan teori 5W+1H merupakan pertanyaan yang dapat membantu memecahkan masalah dan memicu munculnya ide-ide untuk menyelesaikan masalah. Terlihat dari analisa 5W+1H diatas bahwa Semen Padang FC sangat membutuhkan dukungan dari masyarakat dengan cara datang langsung ke stadion, media *Audio Visual* adalah sebagai suatu pemecahan masalah.

## C. Pembahasan

Video kampanye yang penulis rancang merupakan kampanye yang bertujuan untuk mengajak dan mempengaruhi individu atau kelompok masyarakat untuk datang ke stadion mendukung Semen Padang FC, agar memotivasi semangat pemain di lapangan.

### 1. Media Utama dan Media Pendukung

Dalam perancangan video kampanye “Ayo ke Stadion” Mendukung Semen Padang FC ini, akan dikampanyekan dalam media utama yaitu video dengan kesan *dramatic* yang akan membawa emosi *audience* ke dalam *audio* dan *visual*. Dalam Video kampanye ini penulis menggunakan aktor utama yaitu maskot kabau sirih Semen Padang FC, karena maskot adalah simbol dari klub Semen Padang FC yang mencakup segalanya tentang tim, maskot dapat menggambarkan karakter dari sebuah klub Semen Padang FC. Video kampanye ini akan didukung dengan beberapa media pendukung sebagai media yang akan membantu kampanye ini seperti syal, scraft, cover CD, stiker, baju kaos, backdrop.

Berikut adalah rancangan storyline Video Kampanye “Ayo ke Stadion” Mendukung Semen Padang FC :

#### 1) *Opening* (Pembukaan)

Video dibuka dengan cuplikan suasana gerbang PT. Semen Padang Fc kemudian gambar berpindah ke lapangan latihan mess klub bola Semen Padang Fc.

#### 2) *Content* (Isi)

Video dilanjutkan dengan terlihatnya maskot kabau sirah keluar dari mess dan bersiap latihan di lapangan mess Semen Padang Fc, sembari pemanasan dan lari-lari kecil, maskot sangat bersemangat dan gigih dalam melakukan latihan. Maskot melakukan tendangan pinalti, namun gagal ditangkis oleh kipper, dimana kipernya adalah maskot juga yang seolah olah maskot ada dua di dalam video. Setelah itu gambaran video berpindah ke stadion H. Agus Salim Padang.

Maskot keluar dari ruang ganti menuju lapangan. Maskot melakukan pemanasan sembari berdoa bak laga besar, meminta kepada Tuhan untuk hasil yang terbaik. Kemudian maskot bersiap untuk melakukan kick off, maskot berlari membawa bola, bergoyang goyang. Tiba tiba maskot terjatuh dalam kotak pinalty seperti kena *sleding tackle*, lalu maskot meminta ke wasit untuk menunjuk titik putih, lalu benar terjadi, pinlaty. Maskot tampak gembira dan bersiap melakukan pinlaty, dan goal. Di pinggir lapangan ada maskot yang bergaya seperti pelatih sedang memberikan instruksi, di tribun supporter pun ada maskot berteriak memberikan dukungan, seolah olah stadion penuh semarak. Namun maskot tanpa sadar dia dalam kesendirian, dia melihat ke penjuru tribun penonton, tak ada satupun orang, kini maskot tersandar di tiang gawang, termenung akan kesendirian, seakan maskot sedih tak ada lagi dukungan, tak ada lagi orang yang akan menemani nya

berlaga di setiap pertandingan. Pada sandaran nya di tiang gawang maskot *flashback* ke masa-masa Semen Padang Fc ketika jaya, terpuruk, bahagia dan sedih.

### 3) *Closing* (Penutup)

Di penutup video ini, ketika maskot sedang terduduk kecewa di tiang gawang dengan lamunan *flashback* nya, dari belakang muncul supporter yang menghentakan bahu maskot. Sontak maskot terkejut akan hal itu, maskot melihat ke belakang, lalu terkejut. Ada supporter memberikan motivasi moral dan tersenyum sembari mengatakan “kamu tidak sendirian” Lalu mereka berpelukan. Dan maskot kembali percaya diri.

Kemudian supporter dan maskot bermain bola bersama dengan bahagia, di akhir supporter berjalan sambil merangkul bersama maskot dan muncul tulisan yang bertuliskan “Ayo ke stadion” “jangan biarkan Kabau Sirah sendirian” menyampaikan pesan untuk seluruh masyarakat Sumatera Barat khususnya kota Padang untuk datang ke stadion mendukung Semen Padang Fc.

Video Kampanye “Ayo ke Stadion” Mendukung Semen Padang FC ini menggunakan *background* dari BANNER’S yang berjudul *Shine a Light* lagu ini adalah lagu *soundtrack* dari game FIFA 18, kemudian video ini juga menggunakan lagu dari “*Epic Piano Violin Hip Hop Instrumental*” kedua lagu ini sinkron dengan visual yang menggambarkan tentang semangat, sedih, dan semarak. selain itu video ini juga memakai suara dari

komentator cuplikan pertandingan Semen Padang FC yang penuh semangat. Berikut narasi dari komentator dalam Video Kampanye “Ayo ke Stadion” Mendukung Semen Padang FC :

**Tabel 1** :*Skrip* narasi

No	Narasi
Voice 1	sesaat lagi,inilah dia eksekusi dari Marcel Sacramento !!
Voice 2	Riko Simanjutak, menusuk dia. Riko <i>cut back</i> ! apa yang terjadi ohh
Voice 3	Riko Simanjutak, Akan mengambil Tendangan, ooh kembali kita lihat !
Voice 4	Dan, skilimit di depan gawang ....
Voice 5	Marcel Sacramento, sangat tenang, begitu dingin di bawah <i>pression</i> tingkat tinggi, Marcel Sacramento.
Voice 6	Goaaaaaaaaaaaaaal !!! Goaaaaaal !!!
Voice 7	Masuk Saudara-saudara, Vendry Mofu, vendry Mofu !!
Voice 8	Agung Prasetyo !! dua goal, dua goal untuk Semen Padang FC!

Video kampanye ini mempunyai durasi 6 menit.Video kampanye ini ditampilkan dengan kesan *dramatic*, dimana video ini akan memainkan emosi *Audience* untuk masuk ke dalam video sehingga pesan yang disampaikan bisa langsung masuk ke dalam pikiran *audience*. Berikut adalah beberapa cuplikan Video Kampanye “Ayo ke Stadion” Mendukung Semen Padang FC :



**Gambar 1.**Suasana gerbang PT SEMEN PADANG

Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 2.**Plang kantor PT. Kabau Sirah Semen Padang FC  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 3.**Maskot keluar dari markas  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 4.**Maskot melakukan pemanasan  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 5.**Maskot melakukan *Push up*

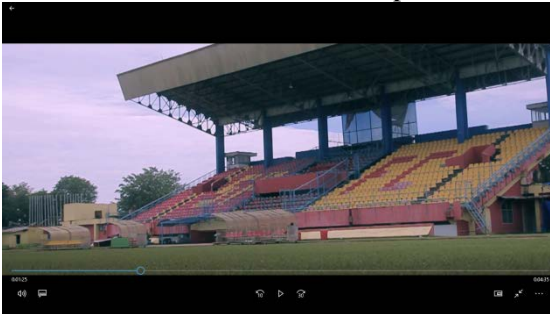
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 6.**Maskot melakukan tendangan *pinalty*  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 7.**Maskot bersemangat dan bergaya  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 8.**Stadion GOR H. Agus Salim  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma





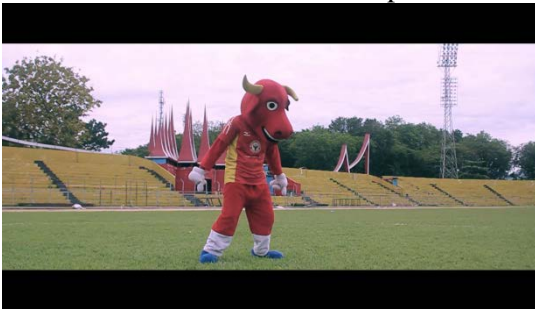
**Gambar 9.**Maskot berdoa sebelum memasuki lapangan  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 10.**Maskot bersiap melakukan *kick off*  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 11.**Maskot memberi intruksi seperti pelatih  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 12.**Maskot melakukan selebrasi  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 13.**Maskot bersedih karena dia hanya sendiri  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 14.**Selebrasi Agung Prasetyo (flashback)  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 15.**Supporter menyemangati maskot  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma

Video Kampanye ini akan didukung dengan beberapa media pendukung sebagai media yang akan menguatkan kampanye ini seperti scraft, topi, *backdrop*, syal, Kaos, CD Label, CD Cover dan Stiker.



**Gambar 16.**Final Desain Syal  
Sumber : Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 17.**Final Desain Cover Cd  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 18.**Final Desain CD Cover  
Sumber : Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 19.**Final Desain topi  
Sumber :Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 20.**Final Desain Baju  
Sumber : Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 21.**Final Desain Scraft **Gambar 22.**Final Desain Stiker  
 Sumber : Fazri Ridwan Lipalma Sumber : Fazri Ridwan Lipalma



**Gambar 23.**Final Desain *Backdrop*  
 Sumber :Fazri Ridwan Lipalma

#### D. Simpulan dan Saran

**Simpulan,** Video kampanye ini mempunyai tujuan untuk mengajak masyarakat Sumatera Barat, khususnya kota Padang yang gemar sepak bola untuk datang langsung ke stadion mendukung Semen Padang FC yang sedang dalam keterpurukan.Video kampanye ini merupakan bentuk komunikasi yang menyampaikan informasi melalui audio (suara) dan visual (gambar) dengan

pesan-pesan yang akan mengajak pikiran individu untuk melakukan tindakan. Video kampanye ini akan didukung dengan beberapa media pendukung yang berfungsi sebagai penguat dan penunjang dari suatu kampanye seperti scraft, topi, *backdrop*, syal, Kaos, CD Label, CD Cover dan Stiker.

**Saran,** Diharapkan kepada masyarakat Sumatera Barat, khususnya kota Padang yang hobi sepak bola bisa bersama menciptakan antusias dan gairah yang positif dalam hal mendukung Semen Padang Fc. Dengan adanya video kampanye “Ayo ke Stadion” mendukung Semen Padang FC ini diharapkan masyarakat dapat merespon positif dan mengapresiasi dengan datang langsung meramaikan stadion H. Agus Salim dengan penuh semarak.

**Catatan:** Artikel ini disusun berdasarkan tugas akhir penulis melalui bimbingan oleh pembimbing I Bapak San Ahdi, S.Sn, M.Ds, dan pembimbing II oleh Ibu Dini Faisal, S.Ds, M.Ds

## Daftar Rujukan

Mahnun, Nunu. 2012. *Kajian Terhadap Langkah-langkah Pemilihan Media dan Implementasinya dalam Pembelajaran*. Riau : UIN Suska. PDF

Mulyana, D. 2007 “fungsi komunikasi”. <https://library.binus.ac.id/> diakses tanggal 17 Oktober 2016.

Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Valk, D.V.J. 1993. *Produksi Film Video*. Yogyakarta: Kanisius.

Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.