

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SEKOLAH SAN MARINO JAKARTA BARAT

Oleh: Ratno Suprpto¹, Zahwa Ananda Rosa²

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Pembangunan Jaya

Email: ratno.suprpto@upj.ac.id, zahwa.ananda@student.upj.ac.id

Abstrak

Pendidikan adalah pembelajaran, keterampilan atau kebiasaan dari beberapa sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya, baik itu dalam penelitian maupun pelatihan, pendidikan sangat penting bagi manusia, karena pendidikan adalah tempat untuk seseorang mendapatkan pengetahuan baru. Salah satu memperoleh pendidikan adalah di sekolah. Sekolah dituntut agar dapat mempromosikan diri dengan melakukan promosi yang baik, yang berguna untuk mempertahankan eksistensinya. Jika tidak demikian, masyarakat akan banyak yang tidak tahu keberadaan akan sekolah itu meskipun sekolah itu bagus jika tidak dipromosikan akan berdampak. Sekolah San Marino yang bertempat di Jakarta Barat, kurang sekali dalam hal mempromosikan, mereka hanya menggunakan media seadanya, seperti *flyer*, spanduk dan memberitahu kepada orang-orang terdekat (melalui media sosial pribadi), diharapkan disini penulis dapat membantu sekolah San Marino melalui perancangan yang akan dibuat nanti, mulai dari sketsa sampai finalisasi desain, media yang akan dirancang berupa brosur, poster, spanduk, x-banner, dan media pendukung lainnya.

Kata kunci: Promosi, Sekolah, Perancangan Media

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah usaha sadar atau suatu terencana yang bertujuan untuk mewujudkan suasana belajar serta proses pembelajaran, agar peserta didik dapat secara aktif mengembangkan potensi pada dirinya, untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan Negara (UU No. 20 tahun 2003). Pendidikan dalam pengertian lain yaitu suatu pembelajaran, keterampilan atau kebiasaan dari beberapa sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya, baik itu dalam penelitian maupun pelatihan, pendidikan sangat penting bagi manusia, karena pendidikan adalah tempat untuk seseorang mendapatkan pengetahuan baru. Kegiatan pendidikan berlangsung di dalam suatu lingkungan masyarakat, yaitu seperti sekolah, salah satu lingkungan tempat untuk memperoleh pendidikan.

Sekolah harus diperlakukan dengan baik, dari segi fasilitas dan sebagainya, dengan persaingan yang dimana-mana, setiap sekolah harus melakukan pengelolaan yang baik agar memberikan layanan yang terbaik bagi peserta didiknya. Sebaliknya jika tidak, maka masyarakat akan sangat mudah mencari sekolah yang lain yang lebih bagus dan juga menjanjikan.

Dengan begitu, sekolah dituntut agar dapat mempromosikan diri dengan melakukan promosi yang baik, yang berguna untuk mempertahankan eksistensinya. Meskipun sekolah tersebut bagus, akan tetapi jika tidak dipromosikan akan berdampak pada jumlah peserta didik kedepannya, dan seiring berjalannya waktu, sekolah tersebut akan kurang dikenal dikalangan masyarakat nanti.

LATAR BELAKANG

Membuat media promosi yang baik dapat memberikan berbagai informasi yang ditawarkan oleh suatu lembaga, dan dengan media promosi yang kreatif, dapat menambah minat masyarakat agar tertarik untuk melihat dan membaca media promosi yang di sebarakan nantinya. Organisasi sekolah dapat dilihat dari jenjang pra sekolah yaitu, Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama/Sekolah Menengah Pertama (SLTP/SMP), Sekolah Lanjutan Tingkat Atas/Sekolah Menengah Atas (SLTA/SMA). Dalam Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual nanti, penulis mengambil salah satu sekolah yaitu Sekolah San Marino yang bertempat di Citra Garden 1, Jakarta Barat. Maka dari itu, peran dalam promosi sangat penting untuk meningkatkan kualitas sekolah. Memberitahu kepada masyarakat atau calon peserta didik yang pada akhirnya akan menumbuhkan minat bergabung dan menjadi bagian dari sekolah. Bentuk promosi yang akan digunakan adalah menggunakan media komunikasi visual.

RUMUSAN MASALAH

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana perancangan media komunikasi visual yang efektif dan informatif, lalu hasil akhirnya akan diaplikasikan dalam program strategi promosi sekolah San Marino.

TUJUAN PENELITIAN

Untuk memperkenalkan sekolah San Marino, sehingga diharapkan dengan membuat perancangan media promosi ini bisa membantu sekolah San Marino dalam mempromosikan yang lebih baik dan dapat menarik calon peserta didik pada tahun ajaran baru nantinya.

METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan laporan penelitian, akan menggunakan pengumpulan data melalui data visual, data verbal, wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur. Data yang didapat merupakan data kualitatif yang dapat membantu dalam perancangan media promosi yang akan dibuat.

Observasi: Melakukan observasi ke lokasi secara langsung ke Sekolah San Marino di Jakarta Barat, observasi yang dilakukan pada 25 April 2021 untuk melihat kondisi fisik, fasilitas, dan lingkungan Sekolah San Marino.

Dokumentasi: Melakukan rekaman suara untuk mendapatkan jawaban yang dibutuhkan, pengambilan foto sarana dan prasarana di Sekolah San Marino.

Studi Literatur: Studi literatur mencari data sekunder yang berkaitan dengan perancangan media yang akan dibuat. Data diambil dari sumber digital seperti publikasi di internet dan jurnal daring. Data-data yang didapat dari studi literatur akan digunakan sebagai data pendukung observasi dan wawancara.

Data Verbal dan Visual: Data tertulis (verbal) tentang sekolah San Marino akan diperoleh dari pihak sekolah mencakup tentang objek, sarana komunikasi yang ada. Dalam proses pengumpulan data visual yaitu segala jenis media secara visual yang dapat ditemukan di Sekolah San Marino, yaitu logo sekolah, *flyer* yang pernah dibuat, spanduk, foto gedung atau objek lainnya seperti fasilitas serta beberapa foto-foto dari media sosial para muridnya.

ANALISA DATA

Hasil wawancara dengan salah satu kepala sekolah atau karyawan yang bernama ibu F.R Susanti menyatakan bahwa Sekolah San Marino masih mengandalkan promosi yang terbatas. Media promosi masih -melalui media sosial pribadi setiap guru, brosur, spanduk serta penyebaran selebaran (flyer) ke Daan Mogot ataupun perumahan disekitar Sekolah San Marino. Penyebaran promosi sekolah San Marino belum terlalu luas, padahal dengan memanfaatkan media *online* dapat membantu informasi bagi para calon peserta didik mendaftar ke sekolah San Marino.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 25 Maret 2021, sekolah San Marino memiliki lokasi yang cukup strategis. Jalan menuju sekolah San Marino juga tidak terlalu sulit dan mudah diakses. Selain itu terdapat beberapa foto-foto kegiatan sekolah baik melalui media sosial maupun media seperti brosur dan spanduk yang mereka gunakan dalam promosi sebelumnya. Proses belajar mengajar pada saat pandemi COVID-19 ini dilakukan secara *online*, melakukan pembelajaran melalui via aplikasi zoom.

Hasil analisa data kemudian dituangkan kedalam konsep perancangan. Konsep perancangan sangat diperlukan dalam proses menciptakan desain yang baik. Tujuan pada perancangan ini merancang media promosi yang efisien, efektif serta komunikatif sehingga media promosi ini mampu menarik perhatian calon peserta didik baru di sekolah San Marino.

Konsep perancangan media promosi sekolah San Marino secara umum adalah menampilkan visualisasi kegiatan yang banyak diminati oleh para murid, dari kegiatan tersebut para siswa/siswi sering mendapat suatu penghargaan (memiliki suatu minat dalam meraih tujuan, dan dikembangkan dalam bakat mereka), serta berbagai kegiatan lainnya, gedung, guru/karyawan, dalam bentuk gambar/foto yang akan digunakan pada media promosi.

Langkah yang perlu dilakukan pertama sebelum melakukan pengerjaan adalah menentukan pendekatan desain, yaitu membuat desain yang baik dengan mengolah unsur garis atau bidang, dan menggunakan beberapa variasi warna. Media promosi menggunakan gaya komunikasi yang mudah dimengerti sehingga dapat dipahami semua kalangan masyarakat. Target sasaran atau sasaran dari perancangan media promosi ini yaitu keluarga dari calon peserta didik baru dan juga calon peserta didik baru itu sendiri.

HASIL PERENCANGAN

Strategi Pesan

Diharapkan dengan membuat perancangan ini dapat membantu memperkenalkan sekolah San Marino dalam mempromosikan, perancangan ini akan dibuat semenarik dan sebaik mungkin dibanding sebelumnya sehingga dalam penyebaran nantinya dapat menarik perhatian dan orang-orang dapat mengetahui informasi sekolah San Marino.

Strategi Kreatif

Agar tercapai promosi nantinya, perancangan media promosi akan dirancang menggunakan strategi kreatif yang telah dibuat, yaitu mencangkup segmentasi, strategi 5W+1H dan analisa SWOT. Pada Segmentasi, Segmentasi dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu :

Demografis

Tabel 1. Demografis.

Variabel	Segmentasi
Gender	Perempuan dan laki-laki (orangtua dan anak-anak)
Age	30 th keatas (yang sudah memiliki anak (orangtua)) Anak berusia 4-6 th (Tk), 7-12 th (Sd), 13-15 th (Smp), 16-18 th (Sma)
Economy	Rata-rata (B dan B+)

Geografis

Tabel 2. Geografis

Variabel	Segmentasi
City	Jakarta Barat
Area	Jakarta Barat, Tangerang Kota
Country	Indonesia

Psikografis

Tabel 3. Psikografis.

Variabel	Segmentasi
Character	Pekerja atau berwirausaha
	Beragama kristen
	Para orangtua yang ingin mensekolahkan anaknya

Targeting:

- a. Orang tua yang ingin mendaftarkan anak-anaknya, agar anak mereka dapat memperoleh pendidikan dan wawasan yang baik.
- b. Anak dari orangtua itu sendiri.

Positioning: Menjadikan sekolah yang unggul didalam prestasi seperti dalam visi nya, yaitu dimana Sekolah San Marino memilki siswa/i yang berprestasi dalam berbagai kegiatan, akademik maupun non akademik.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan sangat diperlukan dalam proses menciptakan desain yang baik, yaitu dimana tujuan pada perancangan ini merancang media promosi yang efisien, efektif serta komunikatif sehingga media promosi ini mampu menarik perhatian calon peserta didik baru di sekolah San Marino.

Konsep perancangan media promosi sekolah San Marino secara umum adalah menampilkan visualisasi kegiatan yang banyak diminati oleh para murid, dari kegiatan tersebut para siswa/siswi sering mendapat suatu penghargaan (memiliki suatu minat dalam meraih tujuan, dan dikembangkan dalam bakat mereka), serta berbagai kegiatan

lainnya, gedung, guru/karyawan, dalam bentuk gambar/foto yang akan digunakan melalui media promosi.

Langkah yang perlu dilakukan pertama sebelum melakukan pengerjaan adalah menentukan pendekatan desain, yaitu dimana membuat desain yang baik dengan mengolah unsur garis atau bidang, dan menggunakan beberapa variasi warna. Media promosi menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sehingga dapat dipahami semua kalangan masyarakat. Target sasaran atau sasaran dari perancangan media promosi ini yaitu keluarga dari calon peserta didik baru dan juga calon peserta didik baru itu sendiri.



Gambar 1. Desain Flyer



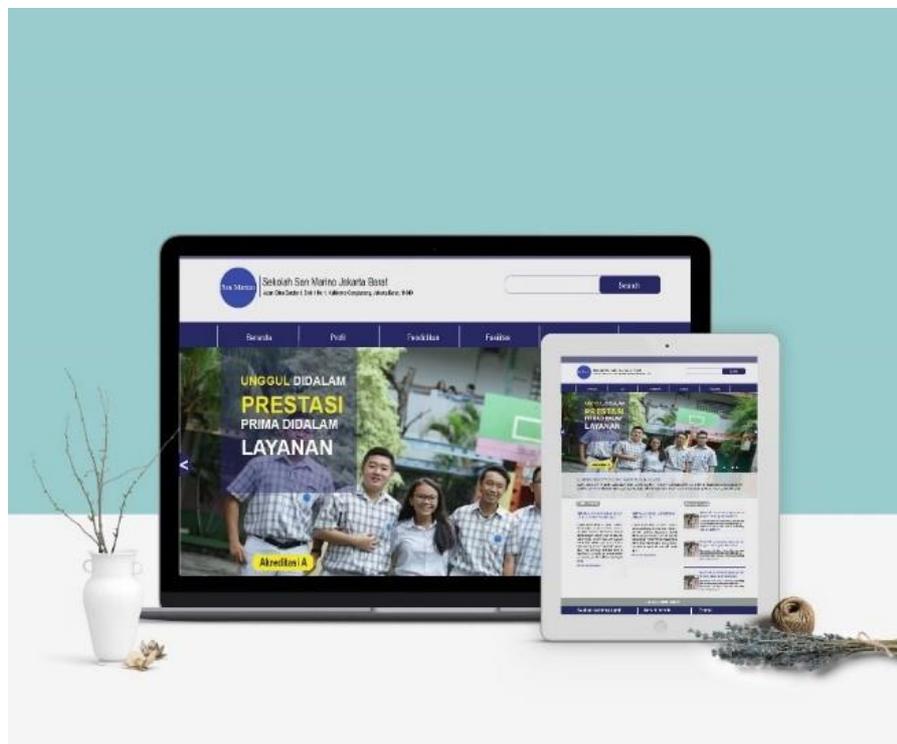
Gambar 2. Desain Brosur Tampak Depan.



Gambar 3. Desain Brosur Tampak Belakang.



Gambar 4. Desain X-Banner.



Gambar 5. Desain User Interface Website.

KESIMPULAN

Dalam perancangan media promosi sekolah San Marino yang telah dibuat ini diharapkan dapat membantu berbagai pihak, khususnya untuk sekolah San Marino dalam memperkenalkan sekolah dan meningkatkan promosi, dengan demikian masyarakat akan mengetahui bahwa sekolah San Marino adalah sekolah yang memiliki keunggulan dan berbeda dengan sekolah lainnya. Jenis pesan yang disampaikan mencakup pesan persuasif dan informatif yang disesuaikan dengan media yang sesuai dengan target, dengan membuat perancangan yang sederhana namun terlihat modern bisa dapat menarik perhatian peserta didik dan orang tua calon peserta didik sebagai segmentasi utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Kirana, N. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Apriana, E. (2020). *Perancangan Visual Promosi Kolaborasi Moinves Dengan Linkaja*. Tangerang Selatan: Universitas Pembangunan Jaya.
- Atmodiwirio, S. (2000). *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Ardadizya Jaya.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspective (9th ed.)*. New York: McGraw Hill.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective (11th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Landa, R. (2010). *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions (5th ed.)*. Beverly: Clark Baxter.
- M.A, M. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- MFA, D. S. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2009). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta Barat: Arte Intermedia.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius.