

Peningkatan Promosi Melalui Video Iklan pada SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang

Dewi Immaniar Desrianti*¹ Ruli Supriati² Mia Permatasari³

¹²³Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja
Email: dewi.immaniar@raharja.info*¹, ruli@raharja.info², mia.permatasari@raharja.info³

Abstrak

Dunia Pendidikan memiliki perkembangan yang pesat, dilihat dari semakin banyaknya sekolah – sekolah yang mengembangkan media promosi agar instansi tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu media promosi yang dirasa cukup efektif di zaman modern ini ialah media video iklan. Maka dari itu, permasalahan yang dihadapi saat ini penyajian media informasi dan promosinya saat hanya menggunakan media cetak seperti brosur, spanduk, flyer dan promosi melalui media sosial seperti instagram, youtube, dan website yang dimana hanya menampilkan foto – foto kegiatan dan beberapa video cuplikan kegiatan yang sederhana dan belum ter-up to date. Serta terdapat penurunan siswa/i pada tahun 2018 – 2019, dari 338 – 326 siswa/i. Tujuan dari penelitian ini adalah membantu SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang dalam menginformasikan dan mempromosikan dalam bentuk media video iklan yang dimana informasi yang divisualisasikan sudah ter-update, memperluas pangsa pasar serta dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Manfaat penelitian ini ialah memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk video iklan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pengumpulan data, analisa perancangan media dan konsep produksi media (KPM) yaitu: preproduction, production, dan postproduction. Hasil penelitiannya berupa media Video Iklan SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang. Melalui video iklan ini diharapkan dapat membantu pihak sekolah dalam memberikan informasi terbaru, membuat media promosi yang menarik.

Kata Kunci - Video Iklan, Promosi, Informasi

Abstract

The world of education has rapid development, seen from the number of schools that have developed promotional media so that the institution can be known by the wider community. One of the promotional media that is considered quite effective in modern times is video advertising media. Therefore, the current problem faced is the presentation of information media and its promotion when only using printed media such as brochures, banners, layers and promotions through social media such as Instagram, YouTube, and websites which only display photos of activities and some video footage of activities simple and not up to date. And there is a decrease in students in the years 2018 - 2019, from 338 - 326 students. The purpose of this research is to help SMA Plus Islamic Village Tangerang Regency in informing and promoting in the form of video advertising media where the visualized information is updated, expanding market share and can be better known by the wider community. The benefit of this research is to provide information to the public in the form of video advertisements. This research uses research methods of data collection, analysis of media design and the concept of media production (KPM), namely: preproduction, production, and postproduction. The results of his research are in the form of video advertising media for SMA Plus Islamic Village, Tangerang Regency. Through this video advertisement, it is hoped that it can help the school in providing the latest information, making attractive promotional media.

Keywords - Video Advertising, Promotion, Information

1. PENDAHULUAN

Kebutuhan media promosi sangat dibutuhkan sebagai media pendukung dalam menyampaikan informasi. Media *audio visual* berbasis video iklan menjadi salah satu media alternatif untuk mempromosikan sesuatu, dengan penyampaian informasi yang baik dan dikemas dalam bentuk video iklan yang menarik. Promosi dapat dikatakan baik apabila ada suatu media pendukung yang kuat yang dapat menunjang berjalannya promosi itu sendiri.

Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat^[1]. Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya, informasi disebut juga data yang diproses atau data yang memiliki arti^[2]. Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa (produk) yang dibuat oleh produser/pemrakarsa yang disampaikan lewat media (cetak, audio, elektronik) yang ditujukan kepada masyarakat^[3].

SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang adalah sekolah menengah atas yang berada dibawah naungan Yayasan Islamic Village. Sekolah yang terletak di Jl. Islamic Raya Kel. Kelapa Dua, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang ini menerapkan pendidikan kurikulum pemerintah dipadukan dengan pendidikan karakter yang berbasis nilai islam dengan menjalankan kegiatan seperti sholat berjamaah, asmaul husna, membaca serta menghafal al-qur'an, mengadakan muhadhoroh, dan merayakan hari besar islam.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah penyajian media informasi dan promosinya saat ini hanya menggunakan media cetak seperti brosur, spanduk, flayer dan promosi melalui media sosial seperti *instagram*, *youtube*, dan *website* yang dimana hanya menampilkan foto – foto kegiatan dan beberapa video cuplikan kegiatan yang sederhana dan belum *ter-up to date*. Selain itu juga terdapat penurunan siswa, terhitung pada tahun 2018 siswa/i yang terdaftar sebanyak 338. Dan pada tahun 2019 turun menjadi 326 siswa/i.

Tujuan dari penelitian ini adalah membantu SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang dalam menginformasikan dan mempromosikan dalam bentuk media video iklan yang dimana informasi yang dihasilkan sudah *ter-update*, memperluas pangsa pasar serta dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Untuk itu diperlukan sebuah solusi dari pemecahan masalah di atas, dengan melakukan *peng-update* an media promosinya dengan membuat media video iklan. Video iklan tersebut nantinya akan diimplementasikan melalui akun *channel youtube* dan media sosial *instagram* SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang. Sehingga calon siswa/i dan masyarakat lainnya dapat dengan mudah mengakses serta memperoleh informasi terbaru mengenai SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang. Dan dapat meningkatkan daya tarik masyarakat khususnya calon siswa/i pada tahun ajaran baru 2020.

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan perancangan media promosi seperti penelitian yang dilakukan oleh Martono, dkk (2018)^[4] “Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi Dan Promosi”. Penelitian ini membuat video profile berbasis *audio visual* yang bertujuan untuk membantu pihak sekolah dalam mempromosikan dan memberikan informasi ruang lingkup sekolah kepada masyarakat luas dengan cara yang efektif dan kreatif. Dengan menggunakan *software Adobe After Effect CS6* dan *Adobe Illustrator CS6*. Selanjutnya terdapat penelitian yang ditulis oleh Sunarya, dkk (2017)^[5] “Perancangan Media Promosi Video Profile Pada SMA Negeri 15 Kota Tangerang”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk merancang media *audio visual* agar dapat menjadi daya tarik yang efektif, terutama dalam penyampaian promosi dan informasi. Dalam penelitian tersebut menghasilkan video profile, yang menggunakan 2 metode penelitian seperti pengumpulan data dan KPM (Konsep Produksi Media). Berikutnya terdapat penelitian yang ditulis oleh Permana, dkk (2017)^[6] dengan judul “Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika”. Penelitian ini bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat mengenai prodi manajemen informatika yang berbentuk *audio visual*. Metode yang digunakan dalam penelitian

ini adalah observasi, wawancara dan KPM. Dan menggunakan *tools Adobe Premiere pro dan Adobe After Effects*. Yang menghasilkan video profil. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Wirasari dan Tresna Ferdiana (2018)^[7] dengan judul “Strategi Kreatif Tema Pahlawan Dalam Iklan Media Sosial Bukalapak”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif yang digunakan dalam visual TVC festival iklan Bukalapak terhadap perilaku konsumen. Hasil dari penelitian tersebut ialah Bukalapak mampu menyampaikan pesan melalui iklannya dengan baik kepada konsumen. Metode yang digunakan metode kualitatif. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ritonga (2018)^[8] dengan judul “Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian MIE INSTAN (Survei Pada Masyarakat Tanjung Selamat)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, menganalisis pengaruh harga. Disimpulkan bahwa data yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner, maka iklan televisi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif seperti menggunakan kuesioner.

2. METODE PENELITIAN

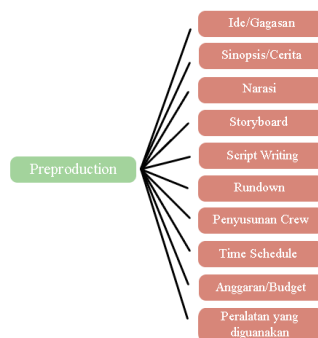
Beberapa metode penelitian yang digunakan untuk video iklan ini,. Yaitu: (1) Metode Pengumpulan Data, yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data dengan jalan pengamatan (Observasi), *interview* ataupun dari kajian pustaka. (2) Analisa Perancangan Media yaitu *Software* apa saja yang dipakai untuk *mengedit video*. (3) Konsep Produksi Media (KPM). Pembuatan media *video* iklan ini melalui beberapa proses perancangan agar mendapat gambaran tentang *project* yang dibuat, sehingga memudahkan dalam membuat video iklan ini. Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. *Preproduction*
2. *Production*
3. *Postproduction*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Preproduction*

Preproduction adalah Tahap awal dimulainya proses penyiapan semua elemen yang terlibat dalam sebuah produksi. Seperti menentukan ide atau gagasan, sinopsis, narasi, *script writing*, *storyboard*, *rundown*, penyusunan *crew*, *time schedule*, dan mempersiapkan alat – alat yang digunakan selama proses produksi. Berikut merupakan gambaran dari tahap *Preproduction* pada gambar 1:



Gambar 1. *Preproduction*

1. Ide/Gagasan

Ide atau gagasan ialah langkah awal dalam tahapan *Preproduction*, dalam hal ini ide atau gagasan adalah rancangan yang disusun melalui observasi, wawancara serta pengumpulan data - data lainnya yang nantinya akan dituangkan menjadi cerita dalam sebuah karya video. Konsep yang dibutuhkan dalam video iklan pada SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang ini menampilkan informasi mengenai fasilitas, keunggulan, dan kegiatan dengan video yang menarik dan inovatif.

2. Sinopsis

Sinopsis adalah konsep cerita ringkasan atau inti pokok dari keseluruhan alur cerita yang dikemas secara singkat, padat, jelas, tanpa menghilangkan unsur - unsur pentingnya. Berikut ialah sinopsis dari video iklan SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang :

“Pertama – tama menampilkan video wilayah sekolah Islamic Village dibarengi dengan logo SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang, selanjutnya menampilkan gedung SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang, dilanjutkan dengan penyambutan siswa/i oleh beberapa guru, kemudian menampilkan video belajar mengajar dengan memakai fasilitas yang sudah disediakan oleh sekolah, setelah itu menampilkan siswa sedang melakukan wudhu, menampilkan video banner SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang, menampilkan video motion graphic lokasi sekolah, menampilkan video suasana sekolah Islamic Village, setelah itu menampilkan video siswi berjalan keluar dari lift, selanjutnya menampilkan video siswi sedang belajar diluar kelas bersama teman – temannya, menampilkan video para siswa sedang bermain futsal, menampilkan video belajar mengajar di taman bersama guru dan para siswi, setelah itu menampilkan video penghargaan, menampilkan video belajar mengajar diruang kelas bersama guru dan siswa siswi, menampilkan video kepala sekolah menyampaikan visi misi SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang, selanjutnya menampilkan video kegiatan membaca asmaul husna, menampilkan video kegiatan membaca al-qur’an, menampilkan video kegiatan melaksanakan sholat dhua dzuhur dan ashar, menampilkan video mukhadoroh, setelah itu menampilkan video fasilitas ruang kelas, menampilkan video lab komputer, menampilkan video lab biologi kimia dan fisika, menampilkan video ruang art dan desain, menampilkan video aula, menampilkan video masjid, menampilkan video ruang tata usaha, selanjutnya menampilkan video lapangan olahraga, menampilkan foto kolam renang, menampilkan video lahan parkir, setelah itu menampilkan video ekstrakurikuler teater, menampilkan video ekstrakurikuler akustik, menampilkan foto ekstrakurikuler tari saman, menampilkan foto ekstrakurikuler pramuka, menampilkan footage sarana dan prasarana yang ada di sekolah, dilanjutkan dengan menampilkan video gedung sekolah dari sudut yang berbeda disertai menampilkan logo alamat dan sosial media sekolah, selanjutnya menampilkan logo Universitas Raharja, dan yang terakhir menampilkan credit title.”

3. Narasi

Narasi ialah suatu pengembangan paragraf dalam sebuah rangkaian, dengan tujuan menyampaikan informasi yang telah dijabarkan dengan urutan awal, tengah, dan akhir yang ada pada sebuah rangkaian peristiwa. Berikut ini adalah narasi pada video iklan pada SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang :

“Kabupaten Tangerang memiliki potensi lebih dalam dunia pendidikan /untuk menciptakan generasi penerus bangsa / yang memiliki kompetensi /dan daya saing yang tinggi // salah satunya dengan memajukan sekolah menengah atas / yang bernama / SMA Plus Islamic Village // SMA Plus Islamic Village terletak di jalan Islamic Raya / Kelurahan Kelapa Dua /Kecamatan Kelapa Dua / Kabupaten Tangerang // tak kurang berdiri diatas tanah seluas 30.000m² gedung yang diperuntukan bagi TK / SD / SMP / SMA / SMK / dan Perguruan Tinggi // sudah lebih dari 30 tahun / SMA Plus Islamic Village menyusun program yang komprehensif meliputi bidang

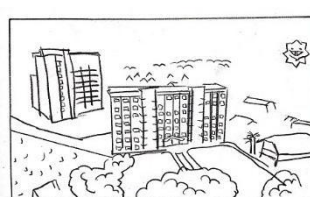
akademik / non akademik / dan pendidikan karakter yang berbasis islam // demi mewujudkan visi dan misinya / SMA Plus Islamic Village memiliki tenaga pengajar yang sudah bersertifikasi dan berpengalaman dibidangnya // SMA Plus Islamic Village memiliki berbagai macam kegiatan islami / diantaranya / membaca asmaul husna / membaca Al-qur'an / sholat dhua / sholat dzuhur / sholat ashar / dan mukhadoroh // Fasilitas pendukung SMA Plus Islamic Village diantaranya / ruang kelas / lab komputer / lab biologi / kimia / dan fisika / ruang art dan desain / aula / masjid / ruang tata usaha / fasilitas lapangan olahraga / kolam renang dan lahan parkir // SMA Plus Islamic Village juga memiliki beberapa ekstrakurikuler / diantaranya / ada teater / akustik / tari saman / dan pramuka // Dengan adanya sarana dan prasarana yang lengkap / membuat para siswi SMA Plus Islamic Village mendapatkan prestasi serta penghargaan // Mari bergabung bersama SMA Plus Islamic Village / sukses mulia dengan iman / ilmu / dan akhlak //”

4. Pembuatan Storyboard

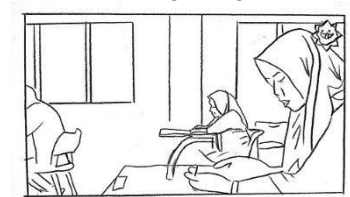
Storyboard merupakan rangkaian gambar ilustrasi yang dilengkapi dengan petunjuk atau catatan, untuk kebutuhan shooting. Berikut ialah storyboard video iklan SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang yang dijelaskan pada gambar 2 EXT/Scene 1/ Day/ Bird Eye/ Menampilkan video drone wilayah sekolah Islamic Village beserta menampilkan Logo SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang, Gambar 2 EXT/Scene 1/ Day/ Bird Eye/ Menampilkan video drone wilayah sekolah Islamic Village beserta menampilkan Logo SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang, Gambar 3 EXT/Scene 2/ Day/ Bird Eye / Menampilkan video drone gedung SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang, Gambar 4 INT/scene 3/ day/medium shot /Menampilkan video kegiatan Islami membaca Asmaul Husna, Membaca Al-Qur'an, Sholat Dhua, Sholat Dzuhur, Sholat Ashar dan Muhadhoroh, Gambar 5 INT/scene 4/ day/full shot /Menampilkan video fasilitas Lapangan Olahraga, Gambar 6 INT/scene 5/ day/medium shot /Menampilkan video dan foto kegiatan Ekstrakurikuler Teater, Akustik, Tari Saman dan Pramuka, Gambar 7 EXT/scene 6/ day/bird eye /Menampilkan video drone suasana wilayah sekolah dengan dibarengi menampilkan Logo, Alamat, No Kontak dan Sosial Media SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang :



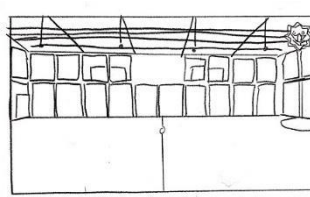
Gambar 2 EXT/Scene 1/ Day/ Bird Eye/
Menampilkan video drone wilayah sekolah
Islamic Village beserta menampilkan Logo
SMA Plus Islamic Village Kabupaten
Tangerang



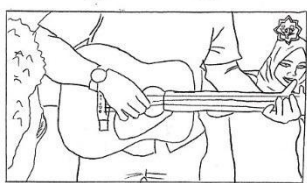
Gambar 3 EXT/Scene 2/ Day/ Bird Eye /
Menampilkan video drone gedung SMA Plus
Islamic Village Kabupaten Tangerang



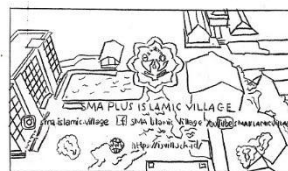
Gambar 4 INT/scene 3/ day/medium shot
/Menampilkan video kegiatan Islami membaca
Asmaul Husna, Membaca Al-Qur'an, Sholat
Dhua, Sholat Dzuhur, Sholat Ashar dan
Muhadhoroh



Gambar 5 INT/scene 4/ day/full shot
/Menampilkan video fasilitas Lapangan
Olahraga



Gambar 6 INT/ scene 5/ day/medium shot
/Menampilkan video dan foto kegiatan Ekstrakurikuler Teater, Akustik, Tari Saman dan Pramuka



Gambar 7 EXT/scene 6/ day/bird eye
/Menampilkan video drone suasana wilayah sekolah dengan dibarengi menampilkan Logo, Alamat, No Kontak dan Sosial Media SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang

5. Script Writing

Script Writing ialah sebuah rancangan ide dasar atau gagasan cerita yang ditulis secara detail atau rinci untuk mempermudah proses *editing*. Berikut adalah *script wiring* yang dijelaskan pada Tabel 1. *Script Writing* sebagai berikut:

Tabel 1. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1.	Menampilkan video drone wilayah sekolah Islamic Village beserta menampilkan Logo SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang	Music
2.	Menampilkan video drone gedung SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang	Kabupaten Tangerang memiliki potensi lebih dalam dunia
3.	Menampilkan video kegiatan Islami membaca Asmaul Husna, Membaca Al-Qur'an, Sholat Dhua, Sholat Dzuhur, Sholat Ashar dan Muhadhoroh	SMA Plus Islamic Village memiliki berbagai macam kegiatan islami / diantaranya / membaca Asmaul Husna / membaca Al-Qur'an / Sholat Dhua / Sholat Dzuhur / Sholat Ashar / dan Muhadhoroh//
4.	Menampilkan video fasilitas Lapangan Olahraga	Fasilitas lapangan olahraga /
5.	Menampilkan video dan foto kegiatan Ekstrakurikuler Teater, Akustik, Tari Saman dan Pramuka	SMA Plus Islamic Village / juga memiliki beberapa ekstrakurikuler / diantaranya ada / teater / akustik / tari saman / dan pramuka //
6.	Menampilkan video drone suasana wilayah sekolah dengan dibarengi menampilkan Logo, Alamat, No Kontak dan Sosial Media SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang	Mari bergabung bersama SMA Plus Islamic Village / sukses mulia / dengan iman / ilmu / dan akhlak //

6. Rundown

Rundown merupakan susunan cerita yang terperinci dan disusun berdasarkan durasi yang bertujuan agar *audience* terbiasa dengan alur penyajiannya. Berikut *rundown* dari video iklan pada SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang yang dijelaskan pada tabel 2 yang memiliki 6 *point* :

Tabel 2 *Rundown*

No	Scene	Location	Duration	INT/EXT	Description
1.	1	Wilayah Islamic Village	00:00:00-00:00:09	EXT	Menampilkan video <i>drone</i> wilayah sekolah SMA Plus Islamic Village
2.	2	Gedung SMA Plus Islamic Village	00:00:09-00:00:11	EXT	Menampilkan video <i>drone</i> SMA Plus Islamic Village
3.	3	SMA Plus Islamic Village	00:03:30-00:03:37	EXT	Menampilkan video <i>drone</i> wilayah sekolah
4.	4	Ruang Kelas	00:02:04-00:02:16	INT	Menampilkan video kegiatan Islami membaca Asmaul Husna, Membaca Al-Qur'an, Sholat Dhua, Sholat Dzuhur, Sholat Ashar dan Muhadhoroh
5.	5	Ruang Kelas	00:02:59-00:03:04	INT	Menampilkan video kegiatan Ekstrakurikuler Teater dan Akustik
6.	6	Lapangan Olahraga	00:02:45-00:02:50	INT	Menampilkan video fasilitas Lapangan Olahraga

7. Penyusunan Crew

Pada tahap ini, dibutuhkan ketentuan dalam memberikan *jobdesk* pada *crew*, pada sebuah pembuatan video di dalam penyusunan *crew* terdapat sutradara, *camera person*, *assisten cameramen*, *editor*, *audioman*, *script writing*, *dubbing* dan pemain. Adapun susunan *crew* yang terlibat dalam produksi video iklan ini yang dijelaskan pada tabel 3 yang memiliki 10 *point* :

Tabel 3. Penyusunan *Crew*

No	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Mia Permatasari
2.	<i>Camera Person</i> 1	Mia Permatasari
3.	<i>Asisten Cameramen</i> 2	Fahreza

4.	Pilot Drone	Fahmi
5.	Editor 1	Mia Permatasari
6.	Editor 2	Fahreza
7.	<i>Audioman</i>	Fahreza
8.	<i>Script Writing</i>	Mia Permatasari
9.	<i>Dubbing</i>	Melly Alkaff
10.	Pemain	Adel, Adinda, Nita, Nilam, Dandy, Adit, Alul, Kepala Sekolah

8. Analisa Perancangan Media

Dalam video iklan SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang menggunakan *software* yang digunakan adalah : *Adobe Premiere CC 2019* dan *Adobe Audition CC2017*

9. Time Schedule

Time Schedule merupakan perencanaan waktu yang disusun, untuk menyelesaikan proses masing-masing *jobdesk* produksi secara keseluruhan, sesuai dengan waktu yang ditetapkan sebelum produksi video iklan pada SMA Plus Islamic Village. Berikut adalah *time schedule* yang direncanakan dan sudah dijabarkan pada tabel 4 dibawah ini :

Tabel 4. *Time Schedule*

Tahapan	Feb rua ri		Maret			April				Mei				Juni				Juli					
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<i>Preproduction</i>	Pengajuan Observasi																						
	Pengumpulan Data																						
	Analisis Data																						
	Ide/Gagasan																						
	Sinopsis/Cerita																						
	Narasi																						
	Pembuatan Storyboard																						
	<i>Script Writing</i>																						
	<i>Rundown</i>																						
	Penyusunan Crew																						
	<i>Time Schedule</i>																						
	Anggaran /																						



Gambar 8 *EXT/Scene 1/ Day/ Bird Eye/*
Menampilkan video drone wilayah sekolah
Islamic Village beserta menampilkan Logo
SMA Plus Islamic Village Kabupaten
Tangerang



Gambar 9 *EXT/Scene 2/ Day/ Bird Eye /*
Menampilkan video drone gedung SMA Plus
Islamic Village Kabupaten Tangerang



Gambar 10 *INT/scene 3/ day/medium shot*
/Menampilkan video kegiatan Islami membaca
Asmaul Husna, Membaca Al-Qur'an, Sholat
Dhua, Sholat Dzuhur, Sholat Ashar dan
Muhadhoroh



Gambar 11 *INT/scene 4/ day/full shot*
/Menampilkan video fasilitas Lapangan
Olahraga



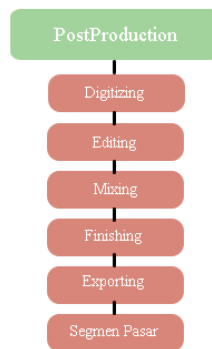
Gambar 12 *INT/ scene 5/ day/medium shot*
/Menampilkan video dan foto kegiatan
Ekstrakurikuler Teater, Akustik, Tari Saman
dan Pramuka



Gambar 13 *EXT/scene 6/ day/bird eye*
/Menampilkan video drone suasana wilayah
sekolah dengan dibarengi menampilkan Logo,
Alamat, No Kontak dan Sosial Media SMA
Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang

3.3 Post Production

Post Production merupakan proses penyelesaian atau finishing dari sebuah rangkaian produksi sampai menjadi suatu video yang utuh yang siap untuk dipublikasikan ke masyarakat luas. Tahapan *post production* selanjutnya ialah proses *digitizing, editing, mixing, finishing, exporting* dan segmen pasar.



Gambar 14. *Post Production*

Tertera dari gambar 8 *post production*. *Digitizing* adalah pemindahan hasil *shooting* ke dalam sebuah perangkat laptop, *editing* adalah tahap penyortiran video dengan angle terbaik, *mixing* adalah proses penggabungan gambar, teks, audio, *backsound*, *dubbing/voice over* menjadi kesatuan, *finishing* adalah tahap pengecekan video, *exporting* adalah tahap akhir setelah melakukan *digitizing*, *editing*, *mixing*, dan *finishing*, segmen pasar adalah tahapan target pasar yang akan dituju untuk menjangkau pangsa pasar.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari video iklan SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang ialah memberikan informasi terupdate mengenai ruang lingkup yang ada disekolah serta menciptakan media promosi yang menarik perhatian *audience* dengan membuat video iklan yang inovatif dengan menerapkan beberapa unsur media seperti *audio*, *visual*, *music*, *dubbing*, teks dan *visual effect*. Video iklan tersebut juga nantinya akan diimplementasikan melalui akun *youtube* dan akan di *publish* melalui media sosial SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang. Agar calon siswa/i dan masyarakat luas dapat mudah mengakses dan mendapatkan informasi yang terbaru.

5. SARAN

Dengan adanya media video iklan ini, disarankan agar SMA Plus Islamic Village Kabupaten Tangerang dapat selalu memberikan informasi - informasi terbaru dan meng-*update* media promosi sekiranya kurang lebih 2 tahun sekali. Dan terus mengembangkan video iklan dengan konsep yang kreatif, inovatif dan menarik dalam penyajiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Khoirulloh, K., Haryono, A. T., & Wulan, H. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin, Tembalang Semarang). *Journal of Management*, Vol.4 No.5.
- [2] Sunarya, L., Budiarto, M., & Assyifa, J. D. (2015). Keefektifan Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi pada Perguruan Tinggi Raharja. *Journal CCIT*, Vol.9 No.1 : 80.
- [3] Solihin, O. (2016). Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, Vol.5 No.2 : 42 - 43.

- [4] Martono, M., Triyono, T., & Septiani, R. A. (2018). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Technomedia Journal*, Vol.3 No.1 : 110 - 120.
- [5] Sunarya, L. (2017). Perancangan Media Promosi Video Profile Pada SMA Negeri 15 Kota Tangerang. *Eksplora Informatika*, Vol.6 No.2 : 106 - 114.
- [6] Permana, Agus Aan Jiwa. Ni Ketut Kertiasih dan I Putu Budhayasa. 2017. Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *JST (Jurnal Sains dan Teknologi)*, Vol.6 No.2 : 238 - 247.
- [7] Wirasari, I., & Ferdiana, T. (2018). Strategi Kreatif Tema Pahlawan Dalam Iklan Media Sosial Bukalapak. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, Vol 6 No.2 : 149 - 154.
- [8] Ritonga, Z. (2018). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan (Survei pada Masyarakat Tanjung Selamat). *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, Vol 5 No.1 : 18 - 28.