



PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI SMKN 4 SOPPENG BERBASIS MOTION GRAPHIC

Besse Irna Tawaddud^{1*}, Muliaty², Muh. Reza Taufiqurrahman³

¹Prodi Teknik Grafika, Politeknik Negeri Media Kreatif

^{2,3}Prodi Desain Grafis, Politeknik Negeri Media Kreatif

Besse.irmat@polimedia.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Media promosi dapat membangun *awareness* melalui pesan yang disampaikan secara komunikatif dan jelas untuk memikat dan membangun kesan kepada masyarakat, sekaligus memberikan citra yang baik termasuk di SMKN 4 Soppeng. Akun media sosial sebagai media promosi di SMKN 4 Soppeng belum update. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan *softskill* dan *hardskill* tim humas SMKN 4 Soppeng. Jenis metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan sosialisasi dan pendampingan pembuatan media berupa video promosi sekolah berbasis motion graphic pada 17 admin official instagram yang terdiri dari siswa OSIS dengan menggunakan evaluasi *pre-test* dan *posttest*. Hasil pengabdian masyarakat diketahui bahwa sosialisasi dan pendampingan pengembangan media sosial berbasis *motion graphic* pada 17 (tujuh belas) admin *official* instagram SMKN 4 Soppeng berhasil dilakukan. Terdapat peningkatan pengetahuan dan *skill* sebelum dan sesudah pengabdian masyarakat sebesar 29,4 % menggunakan *pre* dan *post-test*.

Kata Kunci: *Media; Promosi; Motion Graphic*

Abstract: *Promotional media can build awareness through messages delivered in a communicatively and clearly to attract and build an impression on the public, as well as provide a good image, including at SMKN 4 Soppeng. Social media accounts as promotional media at SMKN 4 Soppeng have not been updated. This community service has a target to increase the soft skills and hard skills of the public relations team at SMKN 4 Soppeng. This type of method for implementing community service uses socialization and assistance in making media in the form of motion graphic-based school promotional videos on 17 official Instagram admins consisting of OSIS students using pre-test and post-test evaluations. The impact of community service, socialization and assistance in the development of motion graphic-based social media on 17 (seventeen) official Instagram admins at SMKN 4 Soppeng was successfully implemented. It has been proven that the increase in knowledge and skills before and after community service was 29.4% using pre and post tests.*

Keywords: *Media; Promotion; Motion Graphic*

A. LATAR BELAKANG

Lembaga Pendidikan khususnya sekolah telah berusaha melayani masyarakat dengan baik. Pelaku pendidikan harus mengupdate kompetensi siswa. Era sekarang aktivitas promosi bukan hanya menjadi konsentrasi industri barang atau jasa, melainkan juga sekolah dapat melakukan promosi dalam menarik calon siswa (Rosita, dkk., 2020).

Suatu sekolah ataupun lembaga pembelajaran dikatakan sukses dalam menggapai tujuan bergantung bagaimana suatu sekolah mencerna dalam mempromosikan sekolahnya, mutu serta kuantitas yang sekolah miliki (Huda, 2019). Hal tersebut menyiratkan bahwa selain mutu dan kuantitas, faktor promosi sekolah adalah salah satu faktor pendukung kesuksesan sekolah. Promosi sekolah tidak hanya untuk meningkatkan kuantitas pendaftar, tetapi bukti eksistensi sekolah.

SMK 4 Soppeng adalah satu di antara banyaknya satuan pendidikan dengan jenjang SMK. SMK 4 Soppeng telah terakreditasi A (Kemdikbud, 2023). Namun, perlu peningkatan upaya dalam memaksimalkan akun media sosial sekolah sebagai media promosi yang mengangkat citra baik dari sekolah itu sendiri. Pemanfaatan media sosial

perlu dukungan segala peran tidak hanya humas sekolah tetapi juga kepala sekolah dan sumber daya manusia sekolah salah satunya guru yang mampu memahami IT dalam pengelollan media sosial (Elyus dan Muhammad, 2021).

Saat ini company profile SMKN 4 Soppeng telah berbasis video namun konten isi belum *up to date*. Konten belum diperbaharui. Berdasarkan observasi awal diketahui bahwa rata-rata jumlah *viewers* dalam akun *instagram* SMKN 4 Soppeng masih kurang yaitu sekitar 16 *viewers* dengan jumlah 2.009 *followers*. Selain itu, akun *instagram* dan Akun Youtube SMKN 4 Soppeng kurang *update* jika digunakan sebagai media promosi, terakhir update pada tahun 2019 per bulan Mei 2023.

Penyebab kurangnya *viewers* dapat berhubungan dengan visualisasi suatu tampilan. Tampilan visual pada media promosi yang digunakan SMKN 4 Soppeng saat ini yaitu hanya berupa kumpulan dokumentasi foto serta belum adanya media promosi SMKN 4 Soppeng yang berbasis *motion graphic* atau multimedia interaktif.

Pengabdian ini beriringan dengan hasil studi Irawan yang menyatakan bahwa satu di antara banyak pilihan dalam memperluas area kompetensi dan kualitas diri adalah video profil menggunakan *Motion Graphic* (Irawan,2022). Selain itu penelitian Sutrisna yang menyatakan bahwa sajian inovasi terbaru tiap tahun itu adalah animasi atau *Motion Graphic* (Sutrisna,2021). *Motion Graphic* memiliki manfaat besar dalam digitalisasi contohnya produk *showbiz*, media interaktif dan aspek lainnya. Selain itu, *motion graphic* juga bisa dijadikan sarana media penyaluran informasi yang lebih menarik.

Media promosi dapat membangun *awareness* melalui pesan yang disampaikan secara komunikatif dan jelas untuk memikat dan membangun kesan kepada masyarakat, sekaligus memberikan citra yang baik termasuk di SMKN 4 Soppeng. Perlu adanya pengembangan media promosi sekolah berbasis *motion graphic* dan pendampingan akan hal tersebut dengan sasaran tim humas atau admin media sosial SMKN 4 Soppeng yang berperan dalam pengelolaan akun media sosial sekolah. Dengan adanya sosialisasi dan pendampingan diharapkan dapat mencapai tujuan berupa peningkatan *softskill* dan *hardskill* tim humas akun media sosial SMKN 4 Soppeng dan target luaran berupa pelaporan dan presentasi seminar Nasional.

B.METODE PELAKSANAAN

Bentuk metode pelaksanaan yang Tim Pengabdian gunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah sosialisasi dan pendampingan pembuatan media berupa video promosi sekolah berbasis *motion graphic* yang akan digunakan pada akun media sosial SMKN 4 Soppeng. Sosialisasi dan pendampingan dilakukan setelah pre-test dan untuk mengetahui efektivitas pendampingan. Adapun video *motion graphic* sebagai salah satu bahan materi akan diberikan secara simbolis untuk dapat diposting pada Instagram dan Youtube official SMKN 4 Soppeng.

Sasaran pengabdian masyarakat ini adalah 15 Tim Humas SMKN 4 Soppeng sebagai pengelola akun media sosial yang merupakan siswa OSIS SMKN 4 Soppeng. Peran humas merupakan suatu peran yang diciptakan oleh badan/organisasi dalam menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga dibutuhkan jalinan interaksi yang tinggi dalam mencapai penetapan tujuan badan/organisasi (Ningsih, dkk.,2022).

Adapun langkah-langkah pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dimulai dari (1) analisis kondisi dan perkembangan akun media sosial yang digunakan sebagai media promosi SMKN 4 Soppeng; (2)Penetapan prioritas yaitu analisis media yang tepat; (3) Perencanaan kegiatan berupa konsep awal; (4) Pembuatan materi dan *video motion graphic* untuk penunjang media; (5) Pelaksanaan program pengabdian berupa sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan media promosi berbasis *motion graphic*; (6) Evaluasi melalui aplikasi *quizizz* sebagai kuesioner *post test* saat pelaksanaan pengabdian masyarakat; (7) Pemantauan kesesuaian rencana dan target serta tindak lanjut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kondisi

Pendekatan analisis yang digunakan yaitu pendekatan analisis konten. Analisis konten dilakukan dengan studi dokumentasi media sosial *official* sekolah yaitu *instagram*. Metode pengumpulan data analisis konten adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi (Pramesti,2022). Wawancara menggunakan sumber keterangan dari Kepala Sekolah SMKN 4 Soppeng.



Gambar 1. Subjek Wawancara

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa wawancara kepada kepala sekolah SMKN 4 Soppeng dilakukan untuk mendapat informasi mengenai bahan materi yang telah diposting di media sosial *official* SMKN 4 Soppeng.

Berikut adalah analisis konten media sosial *official* SMKN 4 Soppeng yang telah Tim Pengabdi telusuri:

Tabel 1. Analisis Konten Media Sosial *Official* SMKN 4 Soppeng

Jenis Media	Alamat	Informasi
<i>Instagram</i>	https://instagram.com/smkn4soppeng	Aktif
<i>Youtube</i>	https://youtu.be/aqsDyrLtk18?	Aktif

Berdasarkan tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa *instagram* dan *youtube official* milik SMKN 4 Soppeng keduanya aktif. Tim Humas rutin memosting bahan materi promosi sekolah. Namun, setelah dianalisis bahan materi masih dalam bentuk kumpulan dokumentasi.

2. Penetapan Prioritas

Penetapan prioritas dilakukan setelah melakukan analisis konten antara jumlah *followers* dan *viewers* tiap konten yang diposting pada *instagram official* SMKN 4 Soppeng. Berikut merupakan tampilan *instagram official* SMKN 4 Soppeng



Gambar 2. Tampilan *Instagram Official* Milik Sekolah

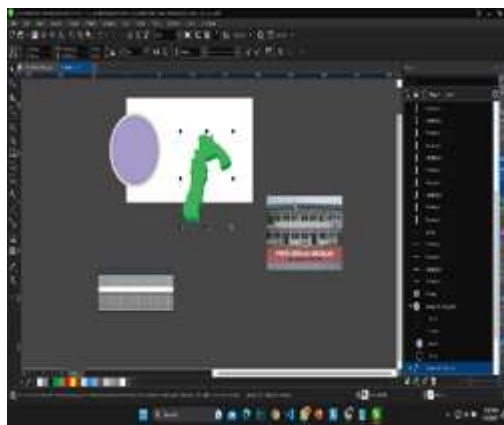
Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa pengikut *instagram official* SMKN 4 Soppeng berjumlah 2009 pengikut. Angka tersebut cukup tinggi sehingga dengan konten yang menarik citra sekolah semakin baik. Namun jumlah *viewers* jauh lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah *followers* tersebut. Indikator kesuksesan *instagram* sebagai media promosi adalah pertumbuhan *insight*-nya, salah satunya adalah *Reach*, jumlah orang yang melihat *posting-an* (Gunarso, 2021)

3. Perencanaan Kegiatan

Perencanaan merupakan rangkaian persiapan tindakan untuk mencapai tujuan (Taufiqurrahman, 2008). Perencanaan yang dilakukan adalah mengumpulkan bahan materi terkait SMKN 4 Soppeng, menyusun jadwal pelaksanaan, dan persiapan akomodasi pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan di SMKN 4 Soppeng.

4. Pembuatan materi dan video motion graphic

Terdapat dua bahan materi yang disiapkan oleh Tim Pengabdian. Materi pertama adalah *video motion graphic*. Sebelum hari pelaksanaan, dilakukan pembuatan *video motion graphic* dari SMKN 4 Soppeng mulai dari pembuatan *story board* hingga visualisasi menggunakan *Adobe After Effect*. Tampilan berikut adalah tampilan rancangan bangun produk *motion graphic*:



Gambar 3. Tampilan Pembuatan Video Motion Graphic

Sesuai gambar tersebut dapat diketahui bahwa setelah pembuatan *story board* maka dilakukan pembuatan komponen-komponen gambar. Langkah ini dilakukan berdasarkan *storyboard* dan dibuat menggunakan *Adobe After Effect*.

Materi kedua adalah *handbook* sebagai panduan peserta dalam pendampingan. Adapun langkah-langkah sebagai:



Gambar 4 Tampilan Materi Kalender Editorial

Materi tentang kalender editorial penting diberikan sebagai salah satu tahapan perencanaan dalam pengelolaan media sosial khususnya instagram SMKN 4 Soppeng.

Selanjutnya materi tentang *color identity*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor detail yang menyusun konstruksi identitas warna sangat erat dengan aspek asosiasi *brand* (Jin,2019). Berikut adalah hasil pembuatan materi tentang *color identity* SMKN 4 Soppeng:



Gambar 5 Tampilan Materi *Color Identity*

Color identity yang dapat digunakan untuk membangun image SMKN 4 Soppeng pada setiap media promosi yang digunakan terdiri dari 4 (empat) warna. Register warna tersebut antara lain biru #004AAD , merah #CD1818, orange #F3950E, dan kuning #F4E185. *Color identity* ini merupakan tawaran dari Tim Pengabdian untuk sasaran.

Kemudian dilanjutkan tentang materi *feed template* instagram. *Feeds* instagram adalah fitur yang dapat difungsikan untuk membagikan gambar bergerak dan tidak yang dilengkapi dengan tombol/isian suka, *hashtag*, komentar serta *caption* (Haq,2022). Berikut penawaran *template feed* instagram dari Tim Pengabdian:



Gambar 6 Tampilan *Feed* Instagram

Tim pengabdian juga memberikan contoh tampilan *feed* instagram yang dapat diadopsi pada tiap *feed* instagram official instagram SMKN 4 Soppeng. *Feed template* telah menyesuaikan konsep *color identity* yang telah disepakati. Konsistensi dalam penerapan tersebut diperlukan untuk membangun *branding* sekolah.

Materi utama tentang *motion graphic* disajikan seperti berikut dan dilanjutkan

tutorial langkah kerja:



(a)



(b)

Gambar 7 Materi *Motion Graphic*

Penjelasan mengenai langkah-langkah membuat video *motion graphic* dijelaskan menggunakan video *motion graphic* SMKN 4 Soppeng yang telah dibuat saat tahapan perencanaan pengabdian masyarakat. Penjelasan langkah-langkah *motion graphic* dilakukan secara runut agar dapat membantu dalam pendampingan. Sebagai informasi, sebelumnya telah diberikan pemahaman tentang defenisi *motion graphic*, kelebihan, dan *software* yang bisa digunakan.

5. Pelaksanaan Program

Tim memiliki peran masing-masing dalam tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat (Goma, 2022). Terdapat 5 (lima) indikator yang digunakan dalam mengukur *pra* dan *post test* peningkatan pengetahuan antara lain: 1) Pemahaman tentang defenisi *motion graphic*, 2) pemahaman tentang kelebihan video promosi *motion graphic*, 3) Pemahaman tentang manfaat *motion graphic*, 4) Pemahaman tentang hal-hal yang tidak dapat dilakukan dalam membangun video *motion graphic*, dan 5) Pemahaman tentang *software* yang digunakan dalam membuat *motion graphic*.



Gambar 8. Pelaksanaan Program

Setelah tim humas (admin) media sosial melakukan *pre-test* kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi pengembangan media sosial dan praktik latihan *motion graphic* menggunakan *Adobe After Effect*. Aplikasi tersebut merupakan salah satu produk dari *Adobe* yang dapat digunakan untuk menyunting media secara ganda di antaranya video dan audio (Azhar, 2021).

6. Evaluasi

Evaluasi dilakukan berupa pengumpulan data dengan cara pemberian *pre* dan *post test*. Evaluasi akhir adalah identifikasi pertambahan pengetahuan peserta yang berdasarkan hasil penilaian pengisian *pre-test* dan *post-test*, serta menilai komentar balik peserta terkait kepuasan terhadap pendampingan (Ifroh,2021). Evaluasi dilakukan menggunakan metode *post test* melalui Aplikasi *quizizz*. Butir yang sama dengan *pre-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan sikap terkait topik masing-masing kemudian dirata-ratakan dengan jumlah indikator/butir adalah 5 soal.

Tabel 2. Perbandingan *Pre* dan *Post-Test*

Evaluasi	<i>Pre</i>	<i>Post</i>	Selisih Peningkatan
Rata-rata skor benar	3.12	4.59	1.47
Persentase	62.4 %	91.8 %	29.4 %

Hasil menunjukkan bahwa rata-rata skor benar yang diperoleh 17 (tujuh belas) siswa/admin media sosial official SMKN 4 Soppeng *pre-test* dan *post-test* berbeda. Masing-masing sebesar 3.12 (62,4 %) dan 4.59 (91,8 %) dari total skor 5 (100%) sehingga dapat diketahui terdapat peningkatan pengetahuan sebesar 29.4%.

7. Pemantauan kesesuaian rencana dan target serta tindak lanjut.

Membandingkan kesesuaian rencana dan target pelaksanaan pengabdian masyarakat. Tim humas belum menerapkan sepenuhnya konsep sosialisasi karena masih dalam tahap pembuatan kalender editorial dan video *motion graphic* untuk postingan di instagram dapat dilakukan dalam bentuk *instagram Ads*. Namun, bentuk promosi seperti itu masih dalam pengusulan anggaran sehingga untuk mengefisienkan biaya dan supaya lebih efektif diputuskan untuk melakukan posting video *motion graphic* pada *Youtube official* SMKN 4 Soppeng. Berikut adalah tampilan hasil postingan video *motion graphic*:



Gambar 9. Tindak Lanjut Video *Motion Graphic*

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa video *motion graphic* sebagai bahan materi pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan pada tim humas SMKN 4 Soppeng berhasil dilakukan.

Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan waktu dan jarak tempuh ke lokasi yaitu kurang lebih 5 jam perjalanan dari lokasi Tim Pengabdian. Namun, komunikasi dapat terjalin dengan baik melalui aplikasi *Whats App*.

D.SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah terdapat peningkatan pengetahuan sebesar 29,4%. Pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan *motion graphic* memberi dampak dalam peningkatan pengetahuan Tim Humas SMKN 4 Soppeng. Sebagai tindak lanjut diketahui bahwa video *motion graphic* yang telah dibuatkan telah diposting di *Youtube Official* SMKN 4 Soppeng. Diharapkan selanjutnya postingan video ini dapat memberi manfaat yang berdampak bagi SKMN 4 Soppeng khususnya sebagai tambahan materi bagi humas dalam mengelola media sosial sekolah. Diharapkan penelitian sejenis lanjutan ataupun pengabdian masyarakat terapan di bidang lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menghaturkan ucapan terima kasih untuk Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF yang telah memfasilitasi dana kegiatan pengabdian ini sehingga dapat dilaksanakan dengan baik serta pihak SMKN 4 Soppeng yang memberikan *feedback* yang baik selama pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Azhar, Hasbon, dkk. (2021). Pelatihan Pemanfaatan *Adobe After Effect* dalam Pembuatan Iklan. JUDIMAS (Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat) Vol. 2, No. 1, Juni 2021 43
- Elyus dan Muhammad (2021). Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid 19). Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume 09 Nomor 02 Tahun 2021, 281-289)
- Goma, Edwardus, dkk. (2022). Sosialisasi Mitigasi Bencana Banjir bagi Siswa di SMAN 4 Samarinda
- Gunarso, dkk. (2021). Digital Marketing Calendar untuk Bisnis Kuliner: Pendampingan Sosial Media Instagram @inidapurmakwa untuk Keberlangsungan di Era New Normal. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia. <https://doi.org/10.25105/jamin.v3i2.10424>
- Haq, Safir, dan Asiigisianti. (2022) Perancangan *Template Feed Instagram* sebagai Media Promosi Cafe Ulala (Unesa Learning Laboratory Suarabaya. Jurnal Barik, Vol. 3 No. 2, Tahun 2022, 30-45 [https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/e-ISSN: 2747-1195](https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/e-ISSN:2747-1195)
- Huda, M., Nurul. (2019) Manajemen Pemasaran Sekolah, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol. 8, No. 1, Hal 24 – 43
- Ifroh dan Lies. (2021). Pelatihan Pembuatan Media *Audiovisual* dalam Meningkatkan Kemampuan Kreatif Digital Remaja. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat. 6(4), 2021, pp. 1158-1165.
- Irawan, Nugrahani, dkk (2022). Perancangan *Motion Graphic* untuk Mengenalkan Kuliner Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya. Jurnal Barik, Vol. 4 No. 1, Tahun 2022, 205-218 [https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/ e-ISSN: 2747-1195](https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/e-ISSN:2747-1195)
- Jin, C. , Yoon, M. dan Lee, J. (2019). Pengaruh Identitas Warna Merek terhadap Asosiasi Merek dan Loyalitas. Jurnal Manajemen Produk & Merek, Vol. 28 No.1, hal.50-62. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2017-1587>).
- Kemdikbud. (2023). Data Pokok SMKN 4 Soppeng Pauddikdasmen, from dapo.kemdikbud.go.id.
- Ningsih, dkk. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMPN 1 Tellu Siattinge. Jurnal Mappesona Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Bone Vol. 5, No. 1, Februari 2022
- Pramesti. (2022). Pengelolaan *Website* dan Media Sosial di SMK Negeri 4 Suarakarta. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management* p-ISSN: 2515-3610 | e-ISSN: 2615-4242 Vol. 5, No. 2, Oktober 2022, Hal. 54-68

- Rosita, Isa, Gunawan, Apriani, Desi. (2020) Penerapan Metode Moora Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Media Promosi Sekolah (Studi Kasus: SMK Airlangga Balikpapan), Volume 4 No. 2, Hal 55 – 56.
- Sutrisna,dkk.(2021). Teknik *Motion Graphic* Pada Video Profil Prodi Informatika Universitas Majalengka. Jurnal J-Ensitec *Volume 7* No. 02. Hal. 554
- Taufiqurrahman, (2008) Konsep dan Kajian Ilmu Perencanaan. Hlm.91.