

## Pembuatan Video Promosional Pada Sma Ananda Batam

Yessy Christanti Silaban<sup>1</sup>, Leonardo<sup>2</sup>, Sudiana<sup>3</sup>, Mahaputri Mellya Hussy<sup>4</sup>,  
Eric<sup>5</sup>, Raymond<sup>6</sup>

Universitas Internasional Batam

Email: yessy.christanti@uib.edu<sup>1</sup>, 2012011.leonardo@uib.edu<sup>2</sup>, 2012009.sudiana@uib.edu<sup>3</sup>,  
2046037.mahaputri@uib.edu<sup>4</sup>, 2031034.eric@uib.edu<sup>5</sup>, 2041147.raymond@uib.edu<sup>6</sup>

### Abstrak

Salah satu dampak Pandemi Covid-19 terhadap dunia pendidikan adalah penurunan jumlah pendaftaran murid baru di beberapa sekolah dan instansi. Hal ini menjadikan promosi melalui media sosial berupa gambar dan video satu-satunya cara agar permasalahan tersebut dapat diselesaikan. Kelompok penulis diberi kesempatan untuk membantu mengurangi penurunan angka pendaftar murid baru di SMA Ananda Batam melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Bentuk bantuan yang diberikan adalah dengan membuat sebuah video promosional sebagai luaran atau produk akhir kegiatan tersebut. Implementasi kegiatan dilakukan dengan mengunggah video promosional tersebut pada akun *Instagram* resmi @smaananda, dan juga pada akun *YouTube* milik penulis sendiri dengan bantuan *Google Ads*. Berdasarkan hasil evaluasi implementasi luaran kegiatan ini, dengan waktu implementasi yang relatif singkat, diketahui bahwa video tersebut berhasil mengurangi penurunan angka pendaftar murid baru yang bergabung dalam SMA Ananda Batam sebanyak 5 murid lebih sedikit. Saran untuk ke depannya yang ingin melakukan kegiatan pengabdian yang serupa dengan kegiatan penulis, yaitu untuk menyiapkan banyak dana dan mengimplementasikan luaran dengan waktu paling lama dua minggu sebelum batas akhir pemulaian kegiatan baru (seperti tahun ajaran baru sekolah atau sejenis).

**Kata Kunci:** Pendidikan, Sekolah, Promosi, Promosi digital.

### Abstract

*One of the impacts that the Covid-19 Pandemic has on education is the drops in college and school enrollment numbers. This makes promotion through social media using images and videos the only solution so that the problem could be solved. The author's group was given a chance to help reduce the decline in the number of new student registrants in Ananda Batam Senior High School through a Community Service activity. The form of help by the author's group was by creating a promotional video as the output or final product of the said activity, which was implemented by uploading the video on their official Instagram account @smaananda, and also on author's own YouTube account with the help of Google Ads. Based on the evaluation result of the implementation of this activity's output, with a relatively short of implementation time, it is known that the video succeeded in reducing the decline in the number of new students registrants who joined Ananda Batam Senior High School by 5 students less. Suggestions for the future who would like to carry out community service activities similar to the author's activity are to prepare a lot of funds and implement the outputs with a maximum of two weeks before the deadline for starting new activities (such as a new school year or similar).*

**Keywords:** Education, School, Promotion, Digital Promotion.

## Pendahuluan

Batam merupakan salah satu kota sekaligus pulau terbesar di Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Batam, hasil sensus penduduk tahun 2020 yang dirilis pada bulan September tahun tersebut menyatakan bahwa jumlah penduduk di Kota Batam terus bertambah hingga mencapai 1.196 juta jiwa dengan populasi generasi Z (tahun kelahiran 1997 – 2012) sebanyak 27,12% dari total tersebut. Pada saat ini adalah saat di mana generasi Z membutuhkan pendidikan dari sekolah untuk membimbing mereka menuju jalan yang benar di masa depannya dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di wilayah tersebut.

Pendidikan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki makna proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan; proses, cara, perbuatan mendidik. Pendidikan merupakan usaha yang realistis dan penuh kesadaran dari sekolah atau universitas untuk mewujudkan proses pembelajaran agar peserta didik bisa mengembangkan bakat dirinya untuk memiliki karakter, seperti cerdas, berakhlak mulia, dan beriman atau spiritual keagamaan yang kuat.

Sekolah merupakan institusi atau lembaga yang memberikan pengajaran pendidikan dan pembentukan karakter kepada peserta didik. Sekolah umum dibagi menjadi 5 jenjang berdasarkan kekompleksan sistem pendidikan, mulai dari TK (Taman Kanak-kanak), SD (Sekolah Dasar). SMP (Sekolah Menengah Pertama), hingga SMA (Sekolah Menengah Atas) atau SMK (Sekolah

Menengah Kejuruan). Sekolah diadakan dengan tujuan mewujudkan peserta didik menjadi generasi yang berpendidikan, terampil, dan mampu menghadapi realita kehidupan sebagai makhluk sosial (Munadlir, 2016).

Manusia sebagai makhluk sosial tidak akan bisa terlepas dari interaksi antarmanusia atau makhluk lain. Berkomunikasi secara tatap muka langsung merupakan salah satu cara manusia berkumpul dan beraktivitas secara berkelompok. Akan tetapi, pandemi yang menyebar di akhir tahun 2019 telah menghambat aktivitas tersebut. Dikarenakan pandemi terkini, pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia harus membuat peraturan pembatasan aktivitas masyarakat yang diberi nama PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang bertujuan menurunkan tingkat penyebaran penyakit tersebut. Pandemi yang masih berlangsung hingga kini dikenal dengan istilah Covid-19 (*Coronavirus Disease 2019*).

Pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif pada Indonesia dan seluruh dunia. Banyak perusahaan pada sektor bisnis yang terpaksa memutuskan hubungan kerja para karyawannya yang dikarenakan tidak diperbolehkan menggunakan sarana dan prasarana perusahaan secara ramai. Selain sektor bisnis, efek negatif pandemi ini juga memengaruhi bidang-bidang lain, salah satunya yaitu terhadap bidang psikologi sosial (masyarakat) dan bidang pendidikan. Laelatus Syifa (dalam Hanum, 2020) mengungkapkan bahwa efek pandemi pada bidang psikologi sosial antara lain krisis finansial pada keluarga yang kurang mampu, ketidakpastian

kapan pandemi akan berakhir, dan kehilangan kendali berupa stress hingga depresi. Efek pandemi pada bidang pendidikan serupa dengan larangan pada sektor bisnis; tidak diperbolehkan menggunakan sarana dan prasarananya dan mengharuskan para guru dan murid untuk belajar dalam jaringan sehingga pengajaran pendidikan dari institusi tidak maksimal dan memengaruhi kualitas pendidikan di Indonesia.

Banyak sekolah di Indonesia mengalami penurunan angka murid aktif atau pendaftar murid baru. Kemendikbud mengungkapkan hasil analisa dari UNICEF, menemukan bahwa terdapat 938 anak di Indonesia menghentikan diri dari dunia pendidikan. Pemberhentian tersebut baik disebabkan oleh faktor ketidakpunyaan perangkat (gadget) untuk melanjutkan pembelajaran dalam jaringan ataupun harus bekerja membantu orang tuanya untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semua faktor tersebut dipengaruhi secara negatif oleh situasi pandemi Covid-19. Hal ini menandakan pandemi Covid-19 juga secara langsung berdampak pada penurunan angka pendaftaran murid baru (Sudiwijaya & Amalia, 2021).

SMA Ananda Batam merupakan salah satu sekolah yang menerima dampak negatif dari pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Humas dan Seksi Kesiswaan SMA Ananda Batam, menyatakan bahwa SMA Ananda Batam mengalami penurunan pendaftar murid SMA baru yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.  
Jumlah Pendaftaran Murid Baru pada SMA Ananda Batam

Tahun Ajaran	Jumlah Murid Baru
2019/2020	80
2020/2021	66

Sumber: *Bapak Asrul S.E., Seksi Kesiswaan SMA Ananda Batam*

Efek pandemi pada bidang-bidang tertentu secara tidak langsung menyangkut dengan ekonomi. Oleh karena itu, banyak sekolah yang berusaha mempromosikan diri dengan cara dibuat beberapa spanduk yang berisi mencantumkan diskon pada biaya pendaftaran murid baru dengan konteks ikut berempati terhadap seluruh masyarakat yang terkena dampak pandemi. Selain spanduk, sekolah-sekolah juga dapat mempromosikan sekolah mereka dalam bentuk video sebagai media promosi secara digital dalam sosial media.

Media sosial merupakan sebuah media di mana para pengguna dapat melakukan aktivitas secara *online*, salah satunya yakni mencari tahu informasi dan pengembangan suatu objek yang dipantau (Purbohastuti, 2017). Diketahui bahwa SMA Ananda belum pernah mengunggah video terkini sebagai media promosi secara digital. Maka, akan dibuat sebuah video promosi pada SMA Ananda Batam sebagai bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

### Metode

Kegiatan pengumpulan data diawali dengan melakukan observasi di lokasi mitra. Observasi yang dimaksud adalah karakteristiknya yang berupa pemilihan amatan (target / mitra) dan pencatatan data dari hasil wawancara (Hasanah, 2017) untuk penyusunan laporan. Dikarenakan situasi pandemi Covid-19, berbagai

aktivitas harus dilakukan dengan dalam jaringan atau jika harus bertemu dengan pihak, hanya diperbolehkan dengan waktu yang singkat.

Dengan waktu singkat, dijumpai Kepala SMA Ananda Batam dan meminta izin untuk menjadikannya sebagai mitra proyek dan meminta untuk meminjam data-data berupa foto atau gambar yang pernah beredar dalam internet (*Instagram, YouTube, dll.*) yang terkait dengan SMA Ananda Batam. Sumber data yang merupakan kepemilikan dari orang yang berprofesi terkait dengan multimedia (fotografer, videografer, dsb.) perlu meminta izin terlebih dahulu kepada orang tersebut untuk meminjam dan menggunakan sumber miliknya sebagai materi pembuatan video promosi.

Perancangan luaran pada kegiatan ini juga dibahas bersamaan dengan penentuan jenis kegiatan yang akan dikerjakan. Video promosi sebagai luaran proyek ini terbagi menjadi 2 bagian video, antara lain video kompilasi gambaran / video dan video animasi dua dimensi yang dibuat via *Powtoon*. Video animasi berupa gambar yang dinamis dapat menarik perhatian para penonton, ditambahkan dengan musik dalam upaya video tersebut bersifat ‘hidup’ dan dapat menghibur penonton (Nurmansyah & Ratnamulyani, Ike Atikah Kusumadinata, 2019).

Persiapan awal yang dilakukan setelah mengumpulkan data dan sumber gambar dari mitra adalah dibuat sebuah *script* atau naskah sebagai perencanaan pembuatan dan penyusunan alur video promosi itu.

Gambar 1.

## Naskah Penyusunan Alur Video Promosional SMA Ananda Batam

Urutan / Alur dalam video promosi:

No.	Konteks Gambar / Video	Dub / Sub
1.	Intro logo Sekolah Ananda Batam	-
2.	Pembukaan: mengenang masa sebelum pandemic dengan menampilkan video-video kegiatan sebelum pandemic Covid-19 (related to Sekolah Ananda Batam).	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Gambar dan video"</li> <li>"Setelah telah berlalu, kami mengajar kepada murid-murid dalam jaringan yang dikarenakan oleh pandemi Covid-19."</li> <li>"Untuk meredakan penyebaran virus, pemerintah mengeluarkan peraturan PSBB, di mana salah satunya adalah meniadakan semua sekolah untuk melaksanakan pengajaran dalam jaringan."</li> <li>"Tentu saja banyak aktivitas yang memerlukan dan interaksi fisik harus dihentikan sementara."</li> </ul>
3.	Menjelaskan kegiatan pembelajaran tetap bisa dilakukan dalam jaringan dengan bukti berupa gambar dan/atau video yang pernah disebar (related to SMA Ananda).	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Video"</li> <li>"Meskipun tidak bisa dilakukan secara tatap muka langsung pembelajaran tersebut tidak menghambat aktivitas pembelajaran."</li> <li>"Para murid juga dapat menyaksikan sosialisasi yang direncanakan dari instansi manapun."</li> </ul>
4.	Menjelaskan lagi Visi dan Misi SMA Ananda Batam yang sudah tidak didengar orang lain selama setahun.	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Visi kami adalah terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas, profesional, berkarakter, pembawa damai, serta mampu menanggapi kebutuhan manusia dalam rangka hidup bermasyarakat, berbangsa, yang dilandasi oleh nilai-nilai kasih kebenaran."</li> <li>"Selain visi, terdapat juga misi dari SMA Ananda Batam: antara lain: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan pendidikan dan pengajaran terbaik secara akademik dan karakter,</li> <li>- Memberikan pembimbingan, mentoring, dan,</li> <li>- Mendukung pengembangan potensi anak"</li> </ul> </li> </ul>
5.	Penutupan dan Penjelasan sedikit mengenai situasi pandemic terkini.	"Dengan dukungan vaksinasi Covid-19 dari pemerintah, mari kita bersikap berkeadilan, ini akan meringan dan segera berlalu sehingga bisa berjumpa dengan kawan baru Anda."
6.	Animasi (PowToon, dub.).	-

Sumber: Penulis

Tahap pelaksanaan dilakukan dengan dibagi tugas-tugas yang akan dilaksanakan sesuai dengan keahlian masing-masing. Tugas-tugas tersebut antara lain mengemukakan ide dan rencana pada naskah, seorang sebagai editor video, dua orang sebagai pengisi suara, dan seorang sebagai perancang video animasi via *Powtoon*.

Gambar 2.  
Proses Pengeditan Video Promosional



Sumber: Penulis

Setelah perancangan video, untuk memperoleh penilaian, diberikan video promosi tersebut sebagai produk jadi kepada Seksi Kesiswaan SMA Ananda Batam, pak Asrul dan meminta *feedback* atau *review* darinya. Penilaian pada kualitas luaran proyek didasarkan

pada perspektif instansi atau mitra yang terlibat dalam kegiatan ini dan memahami proses dan konten video tersebut (Keegan & Rowley, 2017).

### Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan berupa observasi ke lokasi mitra hingga pengimplementasian luaran ini mengambil waktu selama dua minggu. Berikut tabel jadwal kegiatan secara rinci:

Tabel 2.  
Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

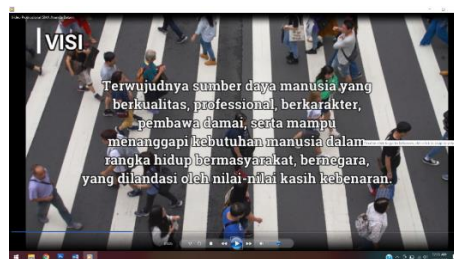
No.	Kegiatan	Tanggal Kegiatan
1.	Survey / Observasi ke lokasi mitra	22 Juni 2021
2.	Pengajuan Izin / Permintaan persetujuan	25 Juni 2021
3.	Pelaksanaan Kegiatan ( <i>dubbing</i> , merancang animasi, edit video, penilaian)	28 Juni 2021 s/d 5 Juli 2021
4.	Pengimplementasian Luaran pada Mitra	6 Juli 2021

Sumber: *Penulis*

Luaran atau produk akhir pada kegiatan ini yaitu sebuah video berdurasi 4 menit yang bertujuan menjelaskan visi dan misi serta mempromosikan SMA Ananda Batam dengan menunjukkan fasilitas yang tersedia dan prestasi-prestasi yang pernah diraih sekolah tersebut. Video 'jadi' ini dibagi menjadi 2 bagian beserta fungsinya: video yang membicarakan situasi pandemi dengan kompilasi foto-foto dan cuplikan video yang menggambarkan aktivitas sekolah sebelum terjadinya

pandemi terkini, dan video animasi dua dimensi yang dibuat via *Powtoon* yang bertujuan mempromosikan secara infografis dengan menunjukkan fasilitas, ekstrakurikuler, dan prestasi dari SMA Ananda Batam.

Gambar 3.  
Screen pada Video Promosional SMA Ananda Batam



Sumber: *Penulis*

Gambar 4.  
Video Animasi *Powtoon* yang Terletak pada Bagian Akhir Video Promosional



Sumber: *Penulis*

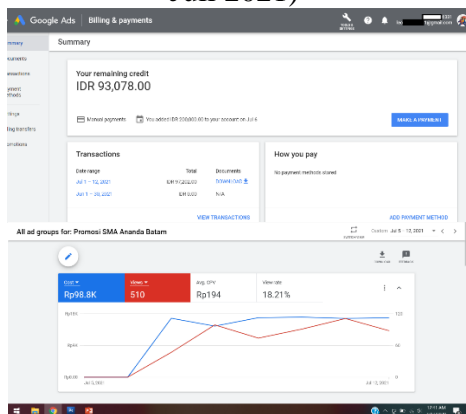
Beliau memberikan respon positif kepada video yang dirancang tersebut. Dengan hasil respon tersebut, maka video promosional sudah dapat diimplementasikan kepada mitra tersebut.

Situasi pandemi yang memburuk telah membuat proses pelaksanaan implementasi luaran pada mitra tidak dapat dilakukan dengan menjumpai bapak secara tatap muka. Sebagai cara alternatifnya, dihubungi bapak tersebut dengan *direct message* via *Instagram*, mengirim video jadi tersebut, dan

meminta bantuan dari bapak untuk mengunggah video tersebut.

Beliau juga dijelaskan bahwa video juga diunggah di akun *YouTube* penulis via *Google Ads* yang bertujuan mengiklankan video tersebut kepada masyarakat pengguna media sosial. Pengiklanan ini dibiayai tanpa bantuan dana dari pihak mitra dengan anggaran sebesar Rp.200.000,-. Pengiklanan video tersebut di *YouTube* mulai ditayangkan dari Selasa, 6 Juli 2021 hingga Minggu, 18 Juli 2021.

Gambar 5.  
Gambaran Statistika Pengiklanan Video pada *Google Ads* (Diambil 13 Juli 2021)



Sumber: Penulis

Tahun ajaran baru (2021/2022) segera dimulai pada tanggal 12 Juli 2021. Dengan waktu yang relatif sangat singkat, hasil implementasi pada proyek ini dapat dikatakan berhasil karena mampu meminimalisir penurunan pendaftar baru. Hasil pendataan dapat dilihat dengan tabel berikut: menjelaskan bahwa jumlah penurunan murid baru yang mendaftar dari tahun ajaran 2019/2020 dengan 2020/2021 adalah sebanyak 14 murid. Setelah dibuatkan dan diunggah video promosi tersebut, jumlah penurunan pendaftar

baru dari tahun ajaran 2020/2021 dengan 2021/2020 adalah sebanyak 9 murid.

Tabel 3.

Jumlah Pendaftaran Murid Baru (Terkini) pada SMA Ananda Batam

Tahun Ajaran	Jumlah Murid Baru
2019/2020	80
2020/2021	66
2021/2022	57

Sumber: Bapak Asrul S.E., Seksi Kesiswaan SMA Ananda Batam

Dari hasil data tersebut, bila pandemi sudah meringan dan protokol kesehatan telah dilonggarkan oleh pemerintah setempat, dapat dikatakan bahwa tahun ajaran selanjutnya, penurunan angka pendaftar baru yang bergabung dalam SMA Ananda Batam dapat diminimalisir dan berpotensi memicu peningkatan angka pendaftar baru yang akan datang.

## Simpulan

Berdasarkan hasil implementasi kegiatan, maka ditemukan kesimpulan, antara lain:

1. SMA Ananda Batam telah memiliki video promosi terkini atau terbaru yang dapat digunakan sebagai media promosi secara digital.
2. SMA Ananda Batam berhasil meminimalisir penurunan angka pendaftar baru dengan jumlah penurunan pada tahun ini sebanyak 9 murid; memiliki perbedaan 5 murid lebih sedikit jika dibandingkan dengan tahun ajaran sebelumnya yang mengalami penurunan sebanyak 14 murid. Bila pandemi sudah meringan dan peraturan sementara telah

dilonggarkan, maka dapat diyakinkan tingkat kenaikan pelajar baru akan segera naik secara perlahan per tahun ajaran.

Sebuah kegiatan dan penyusunan artikel pasti tidak terlepas dari sebuah kesalahan. Berdasarkan hasil *review* dari Bapak/Ibu *reviewer* konferensi *National Conference for Community Service Project* (atau NaCosPro) ketiga yang direalisasikan pada 25 Agustus 2021, dinyatakan bahwa kegiatan implementasi masih terdapat kekurangan berupa metode dan/atau strategi promosinya, antara lain:

1. Pihak pengabdian tidak memaksimalkan promosi dengan mengajak juga murid-murid dari SMP Ananda Batam agar meyakinkan mereka untuk tetap melanjutkan pendidikan di SMA Ananda Batam.
2. Metode promosi yang dilakukan dalam media sosial masih belum maksimal.

Telah diketahui kekurangan-kekurangan yang ditemukan pada kegiatan ini, terdapat juga rekomendasi untuk para pembaca atau mahasiswa ke depannya yang ingin melakukan PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) yang serupa, yakni:

1. Mahasiswa harus menyelesaikan proyek berupa promosi ini dengan waktu implementasi (menerapkan luaran kegiatan) paling lama dua minggu sebelum dimulainya tahun ajaran baru.
2. Diusahakan untuk melakukan promosi dengan skala satu yayasan (sekolah yang memiliki lebih dari satu

jenjang) selain promosi dalam media sosial.

3. Bila menggunakan dana untuk mempromosikan secara luas, rencanakan uang yang akan digunakan dengan biaya antara Rp.500.000,- hingga Rp.1.000.000,-. Dana tersebut tidak termasuk biaya transportasi dan lain-lain.

Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada ibu Irmi Gustina selaku Kepala SMA Ananda Batam yang telah menyetujui permintaan kami dan bapak Asrul selaku Seksi Kesiswaan SMA Ananda Batam yang telah membalas pertanyaan dan permintaan bantuan dari penulis.

#### **Daftar Pustaka**

- Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020, Penduduk Kota Batam 2020 1.196.396 Jiwa*. BatamKota.BPS.go.id. <https://batamkota.bps.go.id/pres-srelease/2021/03/02/388/hasil-sensus-penduduk-2020--penduduk-kota-batam-2020-1-196-396-jiwa.html>. Diakses tanggal 26 Juni 2021.
- Hanum, F. (2020). Dampak covid 19 terhadap psikologis masyarakat modern. *Prosiding Seminar Nasional Webinar Nasional Universitas Mahasaraswati Denpasar "Percepatan Penanganan COVID-19 Berbasis Adat Di Indonesia,"* 85–87.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data Kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21.

- <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Keegan, B. J., & Rowley, J. (2017). Evaluation and decision making in social media marketing. *Management Decision*, 55(1), 15–31.  
<https://doi.org/10.1108/MD-10-2015-0450>
- Munadlir, A. (2016). Strategi sekolah dalam pendidikan multikultural. *Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar*, 2(2), 114–130.
- Nurmansyah, R. M., & Ratnamulyani, Ike Atikah
- Kusumadinata, A. A. (2019). Hubungan motion graphic sebagai konten promosi sekolah di media sosial. *Communications*, 1(2), 77–90.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Sudiwijaya, E., & Amalia, A. (2021). Pendampingan promosi digital SMA Muhammadiyah Piyungan untuk meningkatkan jumlah pendaftar di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Warta LPM*, 24(2), 217–229.