

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI INDONESIA MENGAJAR SEBAGAI GERAKAN BERSAMA MEMAJUKAN PENDIDIKAN INDONESIA

Oleh

Ferina Christy

1064113

Mencerdaskan kehidupan bangsa adalah salah satu cita-cita dan tujuan bangsa Indonesia. Salah satu upaya untuk mewujudkan cita-cita tersebut adalah melalui dunia pendidikan. Namun, dunia pendidikan di Indonesia masih memiliki beberapa kendala yang berkaitan dengan mutu pendidikan, diantaranya adalah distribusi guru yang belum merata.

Melihat problematika yang terjadi, sebuah gerakan positif muncul. Gerakan Indonesia Mengajar (IM) mengajak dan merekrut putra-putri terbaik negeri ini, para calon pemimpin di segala bidang, untuk mengabdikan satu tahun masa mudanya dengan mengajar di sebuah Sekolah Dasar di desa terpencil dan tertinggal di pelosok Nusantara.

Adapun tujuan dari perancangan ini yaitu untuk mempromosikan Gerakan Indonesia Mengajar kepada generasi muda sehingga mengetahui lebih dalam, tergerak, dan terlibat langsung untuk turut serta berdedikasi memajukan pendidikan Indonesia.

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam, kuesioner, dan studi pustaka, maka dapat diketahui bahwa tujuan mulia Gerakan Indonesia Mengajar belum populer di kalangan generasi muda, khususnya *fresh graduate*. Video dokumenter dipilih sebagai media utama dalam melakukan promosi karena dapat menggambarkan suasana pedalaman Indonesia di lokasi penempatan Indonesia Mengajar. Penggunaan media sosial dan media cetak juga dipilih menjadi sarana pembantu promosi dalam pengenalan dan pengetahuan tentang Gerakan Indonesia Mengajar.

Kata kunci : gerakan, indonesia, mengajar, pedalaman, promosi.

ABSTRACT

DESIGNING PROMOTIONAL MEDIA FOR “INDONESIA MENGAJAR” AS A MOVEMENT TO ADVANCE THE EDUCATION IN INDONESIA

Oleh

Ferina Christy

1064113

To educate the nation is one of the national goals of indonesia which can be realized through education. And yet, the education in indonesia still has concerns over its quality, particularly the unequal distribution of teachers spread throughout the nation.

Positive and encouraging movement appears to solve the problem in which best leaders and those who are competent are assigned to teach in elementary schools in remote islands hardly reachable in indonesia.

The main purpose is definitely to promote teaching indonesia movement to the youth so that they will feel the need to move, act and participate more for the sake of advancement of education in indonesia.

Interviews, questionnaires and library research are conducted to know the nobility of this movement which unfortunately not too popular among the youth, particularly the fresh graduates. Documentary videos are chosen to be the main medium to promote teaching indonesia movement as it allows the audience to witness the teaching and learning process in the remote places. Social and printed media also helps to promote the introduction of teaching indonesia.

Keywords: Indonesia, movement, promotion, remote islands, teaching

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	viii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.4.1 Data Primer	3
1.4.2 Data Sekunder	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pendidikan.....	6
2.1.1 Definisi Pendidikan.....	6
2.1.2 Tujuan Pendidikan	6

2.2	Promosi	7
2.2.1	Definisi Promosi.....	7
2.2.2	Fungsi Promosi.....	7
2.2.3	Tujuan Promosi	9
2.2.4	Media Promosi	9
2.2.5	AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>)	10
2.3	Desain Komunikasi Visual.....	11
2.3.1	Desain.....	11
2.3.2	Komunikasi	11
2.3.3	Visual	11
2.3.4	Desain Komunikasi Visual.....	12
2.4	Tipografi.....	12
2.5	Teori Warna	13
2.6	Definisi <i>Layout</i>	14
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		16
3.1	Data dan Fakta.....	16
3.1.1	Indonesia Mengajar.....	16
3.1.2	Data Tentang Gejala/Fenomena yang Terjadi.....	22
3.1.2.1	Hasil Wawancara dengan Kak Susilo.....	23
3.1.2.2	Kuesioner.....	24
3.1.3	Tinjauan Terhadap Proyek/Persoalan Sejenis.....	30
3.2	Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	32
3.2.1	Analisis <i>SWOT</i>	32
3.2.2	Analisis <i>STP</i>	33

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	35
4.1 Konsep Komunikasi.....	35
4.2 Konsep Kreatif.....	36
4.2.1 Konsep Visual.....	36
4.2.2 Warna.....	36
4.2.3 Tipografi.....	36
4.3 Konsep Media.....	37
4.3.1 Video Promosi.....	38
4.3.2 Poster.....	38
4.3.3 Iklan Majalah.....	38
4.3.4 Media Sosial.....	39
4.3.5 <i>Gimmick</i>	39
4.4 Strategi Tahapan Promosi.....	40
4.5 Hasil Karya.....	40
4.5.1 <i>Storyline</i>	40
4.5.2 Video.....	41
4.5.2.1 Alur Cerita.....	41
4.5.2.2 Narasi.....	41
4.5.2.3 Teknik Pengambilan Gambar.....	41
4.5.2.4 <i>Sound</i>	42
4.5.3 Warna Video.....	42
4.5.4 Iklan Majalah.....	47
4.5.5 Poster <i>Awareness</i>	48
4.5.6 Poster <i>Informing</i>	49

4.5.7 Media Sosial.....	50
4.5.8 <i>Gimmick</i>	52
4.6 Rincian Rencana Anggaran Biaya	53
 BAB V : PENUTUP.....	 54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran.....	54
 DAFTAR PUSTAKA	 56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo “Gerakan Indonesia Mengajar”	16
Gambar 3.2	Mitra Program “Gerakan Indonesia Mengajar”	20
Gambar 3.3	Daerah Penempatan Pengajar Muda	21
Gambar 3.4	Wawancara dengan Kak Susilo dan Kak Nani Nurhasanah	23
Gambar 3.5	Diagram perihal memiliki pengalaman organisasi.....	25
Gambar 3.6	Diagram perihal memiliki pengalaman organisasi.....	25
Gambar 3.7	Diagram perihal pengetahuan tentang “GIM”	26
Gambar 3.8	Diagram perihal sumber pengetahuan tentang “GIM”	26
Gambar 3.9	Diagram perihal ketertarikan responden untuk terlibat dalam “GIM” menjadi pengajar muda	27
Gambar 3.10	Diagram perihal ketertarikan responden untuk memberikan donasi berupa buku/dana melalui “GIM”	27
Gambar 3.11	Diagram perihal promosi dan sosialisasi mengenai “GIM”	28
Gambar 3.12	Diagram perihal media yang sering digunakan dalam mengakses informasi	28
Gambar 3.13	Lentera Indonesia	30
Gambar 3.14	Lentera Indonesia episode Lukas Beermann.....	31
Gambar 4.1	Jenis huruf <i>Prestige Elite Std</i>	37
Gambar 4.2	Jenis huruf <i>Vijaya</i>	37
Gambar 4.3	Jenis huruf <i>Champagne Limousines</i>	37
Gambar 4.4	<i>Timeline</i> Strategi Promosi	40
Gambar 4.5	Teknik pengambilan gambar	42
Gambar 4.6	Contoh warna dalam video promosi	42
Gambar 4.7	<i>Screenshot</i> Video (1).....	43
Gambar 4.8	<i>Screenshot</i> Video (2).....	44
Gambar 4.9	<i>Screenshot</i> Video (3).....	45
Gambar 4.10	<i>Screenshot</i> Video (4).....	46

Gambar 4.11	Iklan Majalah	47
Gambar 4.12	Poster <i>Awareness</i>	48
Gambar 4.13	Poster <i>Informing</i>	49
Gambar 4.14	<i>Mock-up Instagram</i> pada <i>PC</i>	50
Gambar 4.15	<i>Mock-up Instagram</i> pada <i>Handphone</i>	50
Gambar 4.16	<i>Mock-up Twitter</i> pada <i>PC</i>	51
Gambar 4.17	Tampilan Video Dokumenter pada <i>website</i> “GIM”	51
Gambar 4.18	<i>T-Shirt</i>	52
Gambar 4.19	<i>Notes</i>	52
Gambar 4.20	Tas Ransel	53