

Abstract

Pendidikan Merupakan hal yang pokok serta tak terlepas dari kehidupan manusia. Pendidikan merupakan tempat dimana kita belajar mengembangkan potensi, mengolah ketrampilan, mengintropeksi kepribadian, kecerdasan, serta dibekali ketrampilan. BBPLKDN merupakan Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja Dalam Negeri memiliki target terhadap lulusan SMA sederajat untuk mengikuti pelatihan kerja yang kemudian akan disalurkan ke perusahaan-perusahaan di Indonesia. BBPLKDN Bandung memberikan layanan terhadap perusahaan/industry ataupun masyarakat umum dalam bidang teknologi mekanik, listrik, otomotif, administrasi bisnis, konstruksi dan teknologi informatika. Berbagai variatif departemen atau kejuruan untuk bidang pelatihan untuk menghasilkan lulusan yang kompeten dan dapat disalurkan ke perusahaan- perusahaan di Indonesia. Progam BBPLKDN ditujukan bagi lulusan SMA Sederajat.. Penulis dalam perancangan promosi BBPLKDN ini bertujuan agar BBPLKDN bisa dikenal luas oleh masyarakat terutama masyarakat yang memiliki perekonomian rendah agar berminat mengikuti pelatihan di BBPLKDN sebagai bekal pendidikan untuk melanjutkan ke dunia kerja dan agar dapat diterima dengan positif oleh masyarakat serta mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Promosi akan dilakukan dengan menggunakan media cetak seperti poster, Flyer, Banner, Brosur, Merchandise. Poster akan ditempelkan diberbagai tempat yang strategis, Flyer dan Brosur di sebar di sekolah-sekolah dan tempat yang strategis. Dari seluruh rangkaian penelitian yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia terutama kota bandung belum banyak mengetahui adanya pelatihan kerja yang ada di BBPLKDN. Masyarakat masih kurang informasi mengenai pelatihan kerja yang dimiliki pemerintah ini. Promosi program pelatihan dan kejuruan yang ada di BBPLKDN sangat diperlukan agar masyarakat mampu mengenali program yang dapat membantu lulusan SMA atau SMK yang ingin langsung bekerja.

Setelah penulis melakukan perancangan promosi BBPLKDN Bandung kemungkinan program yang dimiliki pemerintah ini dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat atau bahkan program yang paling dibutuhkan oleh masyarakat untuk dapat mengurangi pengangguran. Dilihat dari manfaatnya BBPLKDN memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang besar hanya saja masyarakat masih banyak yang belum mengetahuinya.

Keywords: BLPKBN (Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja Dalam Negeri)

Abstract

Education is the principal thing and could not be separated from human life. BBPLKDN (Center for Development of Domestic Training Agency) has a target for a high school graduate or equal for job training which will be distributed to several companies in Indonesia. Bandung BBPLKDN provides the services to companies/Industries or general public in mechanical technology, electrical, automotive, business administration, construction and information technology sectors.

There are various departements or vacationals for training sector to produce the alumny who are competent and can be distributed to many companies in Indonesia. BBPLKDN program addressed to High School Student who graduate / equal. In designing the promotional BBPLKDN, The writer has a goal to make BBPLKDN could be known by the people, especially people who have low economic background in order to join the training program in BLPKBN as ther guide in the work place and could be accepted positively by the society and also decuting the number of unemployment in Indonesia. The promotion will be use the print media such as posters, flyer, banner, leaflet, merchandise. The Posters will be placed at various strategic places, Flyer and Brochure will be spread in schools and also in strategic places. From the whole series of studies that the writter did, could be concluded that the people of Indonesia particularly the citizen of Bandung still have not known the Job Training program in BBPLKDN. Many peopke still lack of information about the job training that the government owned. The training and vocational promotion program that exist in BBPLKDN is indispensable, as a result people can identify the programs that can help high school or vocational school graduates who want to work directly. After the writer done with the design of promotion in BBPLKDN Bandung, the possibility of the government's program could be easily accepted by the public or even the most needed program by the public could reduce the number of unemployment. Seen from the benefits, BBPLKDN has plenty of excesses and advantages yet still many peolpe have not been aware about BBPLKDN

Keywords: BLPKBN (Center for Development of Domestic Training Agency)

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Ruang Lingkup Permasalahan	5
1.6 Teknik Pengumpulan Data	5
1.7 Skema Perancangan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Pengertian Promosi.....	7
2.1.2 Fungsi Promosi	8

2.1.3 Tujuan Promosi	8
2.2 Pengertian Pendidikan Kejuruan	9
2.2.1 Tujuan Pendidikan Kejuruan	9
2.3 Pengertian Ketrampilan.....	9
2.4 Komunikasi	10
2.4.1 Pengertian komunikasi	10
2.4.2 Tujuan Komunikasi	10
2.4.3 Unsur-Unsur Komunikasi	11
2.4.4 Faktor Keberhasilan Komunikasi	12
2.4.4.1 Empat Tahap Proses Komunikasi Menurut Cultip dan Center.....	12
2.4.4.2 Prosedur Mencapai effect yang dikehendaki menurut Wilbur Sehraam	12
2.5 Desain Komunikasi Visual	12
2.5.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	12
2.6 Media	13
2.6.1 Pengertian Media	13

2.6.1.1 Media Umum	13
2.6.1.2 Media Massa	13
2.7 Event	13
2.8 <i>Segmentasi, Targeting, dan Positioning</i>	13
2.9 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Treats</i>	14
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	16
3.1 Data dan Fakta	16
3.1.1 Lembaga	16
3.1.2 BBPLKDN.....	16
3.1.3 Kios 3in1	19
3.1.4 Program Kegiatan BBPLKDN	20
3.1.4.1 Pelatihan	20
3.1.4.1 Uji Kompetensi	20
3.1.4.2 Konsultansi	20
3.1.4.4 Produksi	21
3.1.5 Depatermen di BBPLKDN	21
3.1.6 Struktur Organisasi	23

3.1.7 Jumlah Siswa BBPLKDN per Gelombang	24
3.1.8 Kerja Sama Antar Perusahaan	25
3.2 Fenomena Terjadi	27
3.3 Hasil Wawancara	28
3.4 Hasil Observasi	29
3.5 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	29
3.6 <i>Strength, Weakness, Opportunities, Treats</i>	31
3.7 Hasil Kuesioner	32
3.8 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	40
3.9 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasar Data dan Fakta	41
BAB IV Pemecah Masalah	42
4.1 Konsep Komunikasi	42
4.2 Konsep Kreatif	42
4.3 Konsep Visual	43
4.5 Hasil Karya.	51
4.6 Timeline Media	64
4.7 Biaya Promosi	65

DAFTAR PUSTAKA	xviii
DAFTAR ISTILAH	xix
LAMPIRAN	xx

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Depnaker	16
Gambar 3.2 Suasana BBPLKDN dan Penerapan media Promosi	22
Gambar 3.3 Poster dan Baner	40
Gambar 4.1 logo Promosi	42
Gambar 4.2 ilustrasi logo	46
Gambar 4.3 poster1	50
Gambar 4.4 Poster2	51
Gambar 4.5 Poster3.	52
Gambar 4.6 billboard	53
Gambar 4.7 iklan tabloid.....	54
Gambar 4.8 flyer	55
Gambar 4.9 brochure	56
Gambar 4.10 Poster Event	58
Gambar 4.11 X-Banner	59
Gambar4.12 Pin	60

Gambar 4.13 Paper bag	61
Gambar 4.14 Stand Event	61
Gambar 4.15 Stationary	63

DAFTAR TABEL

Bagan 3.1 Sistem kerja Kios 3 in 1.....	30
Bagan 3.2 proses perencanaan mutu.....	22
Bagan 3.3 struktur organisasi.....	23
Bagan 3.4 Jumlah siswa.....	24
Tabel 3.1 jenis kelamin.....	32
Tabel 3.2 Umur.....	33
Tabel 3.3 pendidikan terakhir.....	34
Tabel 3.4 lanjutan kelulusan.....	35
Tabel 3.5 cita-cita	36
Tabel 3.6 tahu tidaknya tentang BBPLKDN.....	37
Tabel 3.7 peminat BBPLKDN.....	38
Tabel 3.8 biaya BBPLKDN.....	39
Tabel 3.9 <i>Timeline media</i>	57