

## ABSTRACT

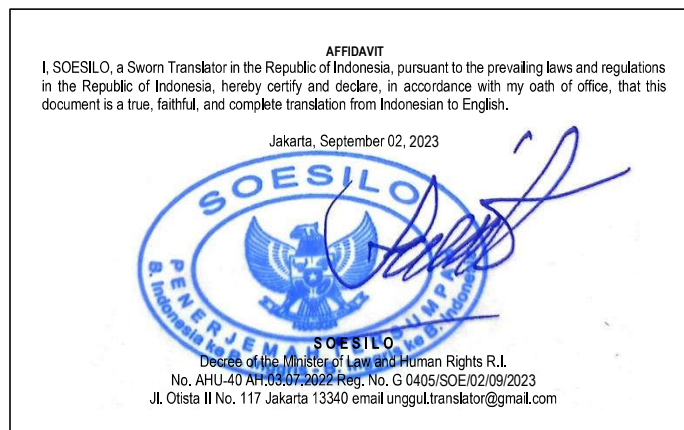
Mudin, Communication Study Program, Faculty of Social, Political, and Computer Sciences, Djuanda University, 2023. The Role of Visual Communication Design as a Promotional Media for SMK Amaliah 1 and 2 Bogor Supervised by an Advisor I: Dra. Ginung Pratidina, M.Si., Advisor II: Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, S.P., M.Si.

SMK (Vocational Schools) Amaliah 1 and 2 are among the top institutions in Bogor. However, direct and media promotion is required to increase student enrollment. In addition, as part of reporting to parents of students about the school's prosperity and success in educating and completing learning activities. The aim of the research is to (1) elucidate the type of promotional materials employed by SMK Amaliah 1 and 2. (2) describe the promotional design for SMK Amaliah 1 and 2 Bogor.

This research method employs a qualitative approach to examine the promotions conducted by SMK Amaliah 1 and 2. In addition to investigating how promotions are conducted at these Vocational Schools. Informants utilized up to 5 individuals and investigation techniques including interviews and participant observation. The used data is processed and described in accordance with the research objectives and analyzed in accordance with qualitative principles by seeking connections between cases and the adequacy of explanation.

According to the findings of the study, promotion was conducted both through the media and directly. There is a greater emphasis on direct promotion than on media. Meanwhile, media promotion is conducted via social media, websites, billboards, banners, pamphlets, brochures, documentation, and video photographs. In the meantime, the strategy is to be close to students at SMK Amaliah 1 and 2 and provide them with information on scholarships that satisfy their needs. This research suggests that SMK Amaliah should provide community assistance regarding excellent schools by establishing close relationships with influential figures and young men and women who serve as ambassadors for each subdistrict and provide information. Aside from that, intense promotions coincide with periods that are commonly observed by the public. Affordability and ease of choice for future employment are the most essential factors.

Keywords: Promotion, SMK Amaliah, promotion targets.



## ABSTRAK

Mudin, Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik, dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda, 2023. Peran Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi SMK Amaliah 1 dan 2 Bogor. Di bimbing oleh Pembimbing I: Dra. Ginung Pratidina, M.Si., Pembimbing II: Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, S.P., M.Si.

SMK Amaliah 1 dan 2 Merupakan salah satu sekolah yang memiliki keunggulan yang terbaik di Bogor. Meskipun demikian diperlukan promosi yang dilakukan secara langsung dan bermedia dilakukan sebagai strategi penerimaan peserta didik. Selain itu sebagai bagian dari pelaporan kepada orang tua siswa akan kemakmuran sekolah dan keberhasilan sekolah dalam mendidik dan mengisi kegiatan pembelajaran. Tujuan penelitian ini adalah (1) menjelaskan bentuk promosi yang dilakukan oleh SMK Amaliah 1 dan 2. (2) mendeskripsikan rancangan promosi SMK Amaliah 1 dan 2 di Bogor.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan kasus berkenaan dengan promosi yang dilakukan SMK Amaliah 1 dan 2. Serta menggali bagaimana promosi yang dilakukan di SMK tersebut. Informan yang digunakan sebanyak 5 orang dan penggalan menggunakan wawancara dan observasi partisipatif. Data yang digunakan diolah dan diceritakan sesuai dengan tujuan penelitian dan dianalisa sesuai dengan kaidah kualitatif dengan mencari keterkaitan antara kasus dengan kedekatan penjelasannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dilakukan dengan media dan secara langsung. Ketertarikan promosi langsung lebih dominan dibanding bermedia. Adapun promosi secara bermedia dilakukan dengan media sosial, website, baliho, spanduk, pamflet, brosur dan dokumentasi serta foto video. Sedangkan strategi yang digunakan adalah kedekatan dengan siswa dengan jarak sekilah di SMK Amaliah 1 dan 2 serta memberikan informasi beasiswa yang dapat memenuhi kebutuhan siswa. Saran dalam penelitian ini adalah SMK Amaliah perlu memberikan pendampingan masyarakat tentang sekolah yang baik dengan memberikan kedekatan kepada tokoh dan pemuda ataupun pemudi yang menjadi duta setiap kecamatan yang akan memberikan informasi. Selain itu promosi yang intens sesuai dengan waktu yang lumrah dilihat oleh masyarakat. Hal yang terpenting adalah keterjangkauan biaya dan kemudahan pilihan untuk bekerja di kemudian hari.

Kata Kunci: Promosi, SMK Amaliah, target promosi.