

## Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang Dalam Bentuk Drama Musikal

### *Promotional Video Of Agen46 BNI Padang Region In The Form Of A Musical Drama*

Muhammad Wahyudi<sup>1</sup>, Arius Medi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat, 25172, Indonesia

Korespondensi penulis: [muhammadwahyudi@gmail.com](mailto:muhammadwahyudi@gmail.com)

---

#### **Article History:**

Received: 04 Januari 2024

Accepted: 05 Februari 2024

Published: 29 Februari 2024

**Keywords:** Video, Promosi, Agen46 BNI, Drama Musikal

**Abstract:** *This study employs promotional videos as a strategic tool for shaping personal and corporate identity. Focused on Agen46 BNI, the design objective is to create a compelling promotional medium leveraging the musical drama concept to heighten public awareness and educate the audience on the benefits of Agen46 BNI. Utilizing the 4-D method (Define, Design, Develop, Disseminate), and employing the 5W+1H data analysis method, the design process ensures alignment with specific campaign needs. The resulting promotional video for Agen46 BNI in the Padang Region takes the form of a musical drama, progressing through creative stages of pre-production, production, and post-production. The primary outcome is a promotional video, serving as the main media. To amplify its impact, supporting media such as t-shirts, calendars, posters, notebooks, QRIS stands, and X-banners. This strategy aims to not only enhance public awareness but also educate the audience on the distinct benefits of Agen46 BNI, establishing a comprehensive and engaging promotional campaign.*

---

#### **Abstrak**

Menggunakan video promosi sebagai alat pembentukan citra, perancangan ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Agen46 BNI. Dengan mengusung konsep drama musikal, media promosi ini juga berfungsi sebagai sarana edukasi mengenai manfaat dan keunggulan Agen46 BNI. Metode perancangan menggunakan 4-D (Define, Design, Develop, Disseminate), didukung oleh analisis data 5W+1H. Video promosi Agen46 BNI Wilayah Padang berbentuk drama musikal melalui program kreatif dengan tahapan praproduksi, produksi, dan pasca produksi. Perancangan ini menghasilkan video promosi sebagai produk utama yang dikemas dalam bentuk video drama musikal merupakan hasil perancangan merupakan media utama. Media pendukung sebagai penguat media utama adalah berupa *t-shirt*, kalender, poster, buku catatan, *stand qris* dan *x-banner*.

**Kata kunci:** Video, Promosi, Agen46 BNI, Drama Musikal

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan sektor keuangan, khususnya di sektor perbankan, menjadi katalisator meningkatkan akses perbankan bagi masyarakat. Dengan semakin terbukanya layanan keuangan, pemerintah telah mewujudkan strategi nasional guna mencapai inklusi keuangan. Seiring dengan itu, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK/02/2014 telah memberikan landasan bagi keuangan inklusif, memastikan seluruh masyarakat dapat dengan mudah menjangkau layanan keuangan.

Lembaga perbankan di Indonesia, termasuk PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, berperan aktif dalam mengembangkan layanan keuangan untuk mendorong inklusi keuangan. Salah satu inovasi yang dihadirkan oleh BNI adalah Agen46, sebuah program yang

---

\* Muhammad Wahyudi, [muhammadwahyudi@gmail.com](mailto:muhammadwahyudi@gmail.com)

menggandeng mitra perorangan atau entitas hukum dalam menyajikan layanan perbankan kepada masyarakat. Program ini, yang telah diterapkan di seluruh cabang BNI di Indonesia, termasuk BNI Wilayah Padang, memiliki potensi untuk memberikan dampak positif signifikan pada inklusi keuangan masyarakat Padang.

Namun, tantangan muncul bagi BNI Wilayah Padang, terutama dalam menghadapi kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR). Strategi pemasaran dan promosi menjadi esensial untuk memastikan informasi mengenai Agen46 tersebar luas di masyarakat. Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan multimedia, BNI Wilayah Padang merancang strategi pemasaran dalam bentuk video promosi, mengadaptasi konten kreatif yang tidak hanya menghibur tetapi juga menyampaikan nilai-nilai dari BNI.

Dalam konteks ini, penulis bertujuan untuk merancang video promosi berbentuk drama musikal dengan judul "Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang Dalam Bentuk Drama Musikal". Tujuan utama dari perancangan ini adalah mempromosikan Agen46 BNI, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program tersebut, dan mengedukasi mereka tentang manfaat serta kelebihan yang dapat diperoleh melalui Agen46 BNI.

## **METODE**

Dalam perancangan video promosi BNI Agen46, metode FOUR-D diterapkan dengan langkah-langkah yang melibatkan pendefinisian (define), perancangan (design), pengembangan (development), dan penyebaran (dissemination). Mukhti Budiarto (2019: 16) menjelaskan bahwa promosi, sebagai elemen komunikasi pemasaran, berfungsi untuk menawarkan keunggulan dan nilai tambah suatu produk kepada audiensnya.

Setelah mengolah data yang telah dikumpulkan, penulis melaksanakan analisis data dalam proses perancangan video promosi Agen46 BNI Wilayah Padang dalam bentuk drama musikal melalui metode perancangan 4D. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi serta menyelesaikan masalah yang muncul dari latar belakang, sekaligus mencari solusi efektif terhadap permasalahan tersebut.



**Gambar 1. Metode Perancangan Four-D**

### ***Define***

BNI Agen46 merupakan kemitraan antara BNI dengan individu atau entitas hukum, yang bersinergi dalam menyediakan layanan perbankan bagi masyarakat. Program Agen46 BNI dijalankan cabang BNI diseluruh wilayah di Indonesia, termasuk BNI Wilayah Padang. Masyarakat kota Padang belum banyak mengetahui tentang peran dan manfaat Agen46 BNI, sehingga kurang memanfaatkan layanan yang ditawarkan. Dalam hal ini, BNI wilayah Padang membutuhkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Agen46 BNI dan memotivasi mereka untuk memanfaatkan layanan ini.

### ***Design***

Penulis memilih film sebagai media utama untuk menyampaikan informasi.. Film yang di rancang berupa Film Drama Musikal, karena film berupa drama musikal sendiri mampu menyampaikan pesan dengan lebih komunikatif . Dalam film drama musical, pesan bisa disampaikan melalui adegan-adegan emosional, dialog dan lagu yang bisa menggerakkan perasaan penonton. Penulis memilih media Film didasari pada perkembangan teknologi yang telah memungkinkan orang-orang untuk tetap terhubung satu sama lain dan memiliki kekuatan untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam.

### ***Develop***

Pengembangan ini merujuk pada media yang telah ada sebelumnya dan dengan mempertimbangkan sistem promosi Agen46 BNI Wilayah Padang dinilai belum memenuhi unsur dan strategi promosi yang diinginkan. Oleh karena itu, perancangan akan dirancang sebagai berikut.

- a. Kalender
- b. *T-Shirt*
- c. Poster
- d. *X-banner*
- e. Buku Catatan
- f. *Stand Qris*

Tujuan dari penggunaan media-media tersebut untuk meningkatkan efektivitas promosi Agen46 BNI wilayah Padang, serta memperluas pemahaman dan minat masyarakat terhadap produk atau layanan yang disajikan.

### ***Disseminate***

Film drama musikal Agen46 BNI Wilayah Padang disebarakan melalui media utama, Instagram dan Youtube, dengan tambahan pemutaran di kantor cabang BNI wilayah Padang. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Youtube memungkinkan akses online yang luas dan interaksi yang ditingkatkan dengan audiens melalui fitur-fitur interaktif. Pemutaran di kantor cabang BNI Wilayah Padang memberikan kesempatan kepada karyawan dan nasabah BNI untuk menyaksikan film drama musikal secara langsung.

## **HASIL**

### **1. Pembahasan**

Perancangan film ini dilatar belakangi oleh munculnya produk baru dari Bank BNI yaitu Agen46 BNI. Produk ini menjadi tantangan baru bagi Corporate Social Responsibility (CSR) wilayah Padang dalam memasarkan produk mereka. Film ini nantinya akan menampilkan bagaimana Agen46 memberikan solusi atas tantangan ekonomi yang dihadapi karakter dalam cerita sekaligus menunjukkan bagaimana dampak positif bagi masyarakat yang bergabung dengan Agen46 BNI

Proses pembuatan film melibatkan beberapa tahapan yang penulis lalui dengan cermat. Mulai dari merancang sinopsis cerita, memilih pemain, menyusun naskah, hingga mengelola aspek-aspek seperti kostum, akan dibahas secara terperinci.

#### **a. Sinopsis**

Menceritakan kisah yang diawali dengan munculnya cinta segitiga antara Malin, Nurbaya, dan Lidya Danira yang rumit yang menyebabkan kecemburuan sosial yang tinggi diantara mereka. Sementara itu, persaingan terjadi antara Etek Nurbaya dan Amak Malin, dua sosok yang selalu berusaha mengembangkan usaha mereka masing masing.

Namun, cerita ini menarik perhatian ketika seorang karakter bernama Izul yang sebelumnya dianggap sebagai pribadi yang buruk akhirnya muncul sebagai pihak yang membantu Etek Nurbaya dan Amak Malin. Peran Izul menjadi penting dalam membantu mereka dalam mengatasi tantangan dan masalah yang dihadapi dalam usaha mereka.

**b. Karakter Pemain**

1) Etek Nurbaya

Sebagai ibu dari Nurbaya, Etek Nurbaya memiliki sifat cerewet dan jutek.

2) Nurbaya

Seorang pelatih Zumba yang cantik dan menarik. Memiliki sifat cerewet dan jutek seperti ibunya, Etek Nurbaya.

3) Malin

Suami dari Lidya Danira, namun masih menyimpan rasa cinta kepada Nurbaya.

4) Amak Malin

Sebagai ibu dari Malin, Amak Malin memiliki sifat pemarah dan iri hati terhadap Etek Nurbaya.

5) Lidya Danira

Istri dari Malin, cantik dan memiliki sifat cemburuan.

6) Izul

Seorang mantan preman yang telah sukses. Dia memiliki sifat jujur, penyayang dan pengertian.

**c. Tim Produksi**

Pimpinan Produksi	: Prieta Mariska
Sutradara	: Huddiyal Ilmi
Koortalent	: Maia Jaanet
Director of Photograph	: Muhammad Wahyudi
Asisten 1	: Muhammad Syahputra
Lighthing	: Rizki Ramadhan
Sound	: Putra Oktafianda
Art Director	: Muhammad Wahyudi
Wardrobe	: Fania Helmina
Make Up	: Fania Helmina
Behind The Scene	: Salman Al Farizi

**d. Tahap Pra Produksi**

Tahap pra produksi melibatkan beberapa langkah penting sebelum produksi film drama musikal dimulai. Proses ini dimulai dengan observasi lokasi untuk menentukan tempat syuting, kemudian lokasi di atur serupa sesuai dengan naskah drama.

### e. Tahap Produksi

Pada proses produksi film ini, penulis secara sistematis menjalankan setiap kegiatan sesuai dengan rencana jadwal pengambilan gambar yang telah direncanakan pada tahap pra-produksi. Sebelum *shooting* dimulai, para pemain akan menerima arahan dari sutradara untuk menguatkan pemahaman terhadap peran yang akan dimainkan. Setelah semuanya telah disiapkan dengan baik, barulah proses pengambilan gambar adegan sesuai dengan naskah akan dimulai, yang akan dipandu oleh sutradara.

### f. Tahap Pasca Produksi

Setelah data lengkap terkumpul, editor, yang dalam hal ini juga adalah penulis, mulai menyusun gambar dan melakukan tambahan yang dianggap perlu. Tahap pasca produksi ini melibatkan serangkaian langkah yang harus dilalui sebelum film benar-benar siap untuk dipublikasikan.

## 2. Final Desain

### a. Media utama

Media utama berbentuk film yang berjudul "Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang" berdurasi 12 menit ini bertujuan memberikan informasi kepada nasabah dan calon nasabah mengenai kemudahan transaksi keuangan melalui Agen46 BNI Wilayah Padang. Video ini tidak hanya mempromosikan layanan Agen 46, tapi juga bertujuan membangun citra positif dan mendidik masyarakat tentang BNI Wilayah Padang.



Gambar 2. Final Video Promosi Drama Teater BNI Agen46



Gambar 3. Final Video Promosi Drama Teater BNI Agen46



**Gambar 4. Final Video Promosi Drama Teater BNI Ajen46**



**Gambar 5. Final Video Promosi Drama Teater BNI Ajen46**

## **b. Media Pendukung**

Beberapa media pendukung untuk menunjang promosi dari Ajen46 BNI Wilayah Padang antara lain :

### **1. T-Shirt**



**Gambar 6. Final desain T-shirt**

### **2. Kalender**



**Gambar 7. Final desain kalender**

3. Poster



**Gambar 8. Final desain poster**

4. Buku Catatan



**Gambar 9. Final desain buku catatan**

5. X-Banner



**Gambar 10. Final desain x-banner**

6. Stand Qris



**Gambar 11. Final desain stand Qris**

## Uji Kelayakan

Uji kelayakan dalam merancang Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang Dalam Bentuk Drama Musikal ini, Penulis melakukan uji kelayakan berdasarkan dengan beberapa fungsi seperti sebagai fungsi informatif, fungsi edukatif dan fungsi persuasive.

**Tabel 1. Uji Kelayakan Berdasarkan Fungsi Informatif**

No.	Penilai	Jumlah	Sangat Memahami	Memahami	Kurang Memahami	Tidak Memahami
1.	Pembuat Video	5 orang	✓✓✓✓✓			
2.	Akademisi	2 orang	✓✓			
3.	Masyarakat Umum	10 orang	✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓		
4.	Mahasiswa DKV	5 orang	✓✓	✓✓✓		

**Tabel 2. Uji Kelayakan Berdasarkan Fungsi Edukatif**

No.	Penilai	Jumlah	Sangat Memahami	Memahami	Kurang Memahami	Tidak Memahami
1.	Pembuat Video	5 orang	✓✓✓✓✓			
2.	Akademisi	2 orang	✓	✓		
3.	Masyarakat Umum	10 orang	✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓		
4.	Mahasiswa DKV	5 orang	✓✓	✓✓✓		

**Tabel 3. Uji Kelayakan Berdasarkan Fungsi Persuasif**

No.	Penilai	Jumlah	Sangat Memahami	Memahami	Kurang Memahami	Tidak Memahami
1.	Pembuat Video	5 orang	✓✓✓✓✓			
2.	Akademisi	2 orang	✓✓			
3.	Masyarakat Umum	10 orang	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓		
4.	Mahasiswa DKV	5 orang	✓✓	✓✓✓		

Berdasarkan kesimpulan dari tiga fungsi menandakan bahwa Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang dalam bentuk Drama Musikal ini mampu menciptakan daya tarik yang kuat, memotivasi audiens untuk mengambil langkah-langkah positif dalam memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh BNI Wilayah Padang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada masing-masing bab diatas mengenai Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang dalam bentuk Drama Musikal ini, penulis mengambil kesimpulan bahwa:

1. Dengan menyajikan video promosi Agen46 BNI bertujuan Wilayah Padang dalam bentuk untuk mengundang keterlibatan aktif masyarakat, terutama mereka yang berada di Kota Padang, untuk bergabung dan terlibat dalam komunitas Agen46.
2. Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang ini diharapkan dapat merangsang *Audience* agar informasi mengenai program Agen46 dapat menarik masyarakat luas.
3. Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang diharapkan mendapatkan kenaikan nasabah baru.

## DAFTAR REFERENSI

- Arifin, Z. (2018). *TA: Perancangan Video Promosi Batik Samin Jatiwangi Sebagai Upaya Mengenalkan Batik Kabupaten Blora* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Budiarto, Mukhti. (2019). *Media Berbentuk Katalog Pt. Polymindo Permata Kota Tangerang Penunjang Informasi Dan Promosi*. 05(01) : 2016.
- Putra, S. H., 2014. *Perancangan Promosi Substance Boardriding Store Padang Melalui Media Audio Visual*. Universitas Negeri Padang. : 19.