

Perancangan Iklan Video Pendek Politeknik Kota Baru Di Kalimantan

Lilian¹, Jenny Widjojo², Ellynawati³

¹Program Studi Desain Media, Politeknik Bina Madani.

²Program Studi Akuntansi, Politeknik Bina Madani.

*Correspondence author: Lilian, lilian@poltekbima.ac.id Bekasi, Indonesia.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk merancang iklan video pendek yang efektif untuk Politeknik Kota Baru di Kalimantan sebagai strategi pemasaran pendidikan tinggi. Iklan video pendek menjadi sarana komunikasi yang kuat dalam era digital, yang dapat memengaruhi persepsi dan pilihan calon mahasiswa serta masyarakat umum tentang lembaga pendidikan. Penelitian ini melibatkan langkah-langkah perancangan yang komprehensif, termasuk analisis nilai-nilai, keunggulan, dan budaya Politeknik Kota Baru. Kami juga menganalisis elemen-elemen kreatif yang perlu diperhatikan dalam perancangan iklan video pendek, seperti narasi, visual, dan pesan komunikasi. Selain itu, penelitian ini mempelajari strategi distribusi yang efisien untuk memastikan iklan video pendek mencapai target audiens dengan tepat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan kepada Politeknik Kota Baru dan lembaga pendidikan tinggi lainnya dalam merancang iklan video pendek yang dapat meningkatkan daya tarik dan visibilitas mereka di pasar pendidikan yang kompetitif. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya strategi pemasaran digital dalam menghadapi tantangan saat ini dan masa depan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Data yang terkumpul dianalisis secara komprehensif untuk menghasilkan rekomendasi perancangan iklan video pendek yang efektif.

Kata kunci: Media Sosial, Video Pendek, dan Promosi

Abstract. This study aims to design an effective short video advertisement for Polytechnic Kota Baru in Kalimantan as a higher education marketing strategy. Short video advertisements are a powerful means of communication in the digital era, which can influence the perception and choice of prospective students and the general public about educational institutions. This study involves comprehensive design steps, including an analysis of the values, advantages, and culture of Polytechnic Kota Baru. We also analyze the creative elements that need to be considered in designing short video advertisements, such as narratives, visuals, and communication messages. In addition, this study examines efficient distribution strategies to ensure that short video advertisements reach the target audience appropriately. The results of this study are expected to provide guidance to Polytechnic Kota Baru and other higher education institutions in designing short video advertisements that can increase their appeal and visibility in the competitive education market. In addition, this study provides insight into the importance of digital marketing strategies in facing current and future challenges. This study uses a qualitative approach with a descriptive analysis method, by collecting data through observation, interviews, and literature studies. The collected data are analyzed comprehensively to produce recommendations for designing effective short video advertisements.

Keywords: Social Media, Short Videos and Promotions.



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Pendidikan tinggi adalah salah satu sektor yang terus berubah dan berkembang seiring dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi. Lembaga-lembaga pendidikan tinggi, termasuk Politeknik Kota Baru di Kalimantan, memiliki tantangan yang semakin kompleks dalam mempromosikan diri mereka kepada calon mahasiswa potensial.

Persaingan yang semakin sengit di antara lembaga-lembaga pendidikan mengharuskan mereka untuk tetap relevan dan terlihat di mata calon mahasiswa. Saat ini, masyarakat lebih cenderung mencari informasi melalui media digital, khususnya video pendek yang dapat dengan cepat menyampaikan pesan-pesan yang menarik dan informatif.

Oleh karena itu, iklan video pendek menjadi sarana yang potensial untuk meningkatkan daya tarik Politeknik Kota Baru sebagai pilihan pendidikan tinggi. Selain itu, Politeknik Kota Baru sebagai institusi pendidikan memiliki karakteristik, nilai-nilai, dan keunggulan yang unik yang perlu disampaikan secara efektif kepada audiens.

Oleh karena itu, perancangan iklan video pendek yang sesuai dengan identitas Politeknik Kota Baru dan tujuannya menjadi krusial. Dalam konteks inilah penelitian ini menjadi relevan dan penting. Dengan merancang iklan video pendek yang tepat, Politeknik Kota Baru dapat meningkatkan daya tariknya, meningkatkan jumlah pendaftar, dan memperkuat citra lembaga di mata calon mahasiswa, orang tua, dan stakeholder lainnya.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi positif dalam mengidentifikasi cara-cara terbaik untuk mengoptimalkan pemanfaatan iklan video pendek sebagai alat pemasaran pendidikan tinggi, serta menggali potensi strategi-strategi inovatif dalam merancang dan mendistribusikan iklan video pendek tersebut. Pendidikan tinggi memegang peran vital dalam pembangunan masyarakat dan kemajuan suatu negara.

Politeknik Kota Baru, sebagai lembaga pendidikan tinggi di Kalimantan, memiliki tanggung jawab untuk memberikan pendidikan berkualitas dan mencetak lulusan yang siap bersaing di dunia kerja. Namun, tantangan dalam memasarkan diri sebagai institusi yang unggul dan diinginkan oleh calon mahasiswa semakin kompleks, terutama di era digital yang menuntut kreativitas dan efektivitas pemasaran yang tinggi.

Pemasaran pendidikan tinggi telah mengalami pergeseran signifikan ke arah digital, di mana iklan video pendek menjadi salah satu media yang paling efektif dan populer. Iklan video pendek memiliki potensi besar untuk mencapai audiens yang luas, terutama generasi muda yang cenderung lebih terhubung dengan konten visual dan bergerak.

Melalui iklan video pendek, Politeknik Kota Baru dapat mempresentasikan identitasnya, keunggulan akademik, fasilitas, dan lingkungan pendidikan secara menarik dan informatif. Selain itu, persaingan di antara lembaga-lembaga pendidikan tinggi semakin ketat. Mereka harus membedakan diri mereka sendiri dan menarik perhatian calon mahasiswa potensial.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk merancang iklan video pendek yang efektif dan sesuai dengan karakteristik serta misi Politeknik Kota Baru. Iklan ini diharapkan dapat menjadi alat yang kuat dalam memasarkan Politeknik Kota Baru dan meningkatkan daya tarik bagi calon mahasiswa.

Dalam merancang iklan video pendek ini, penting untuk mempertimbangkan nilai-nilai, keunggulan, dan budaya Politeknik Kota Baru. Elemen kreatif seperti narasi yang kuat, penggunaan visual yang menarik, dan pesan yang tepat juga harus menjadi fokus untuk menciptakan iklan yang memukau dan dapat mempengaruhi audiens dengan positif.

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas langkah-langkah yang diperlukan untuk merancang iklan video pendek yang efektif sesuai dengan tujuan dan karakteristik Politeknik Kota Baru. Politeknik Kota Baru perlu beradaptasi dengan tren ini dan menggunakan iklan video pendek sebagai alat untuk mempromosikan diri. Namun, merancang iklan video pendek yang efektif bukanlah tugas yang sederhana.

Diperlukan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai, keunggulan, dan budaya lembaga, serta kreativitas dalam penyampaian pesan yang dapat menarik perhatian dan memengaruhi pemirsa. Selain itu, dalam era digital, distribusi iklan video pendek harus dioptimalkan untuk mencapai target audiens dengan lebih baik.

Melalui platform online dan media sosial, iklan video pendek dapat disebarluaskan lebih luas dan lebih cepat, menciptakan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon mahasiswa dan masyarakat. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi pemasaran dan promosi Politeknik Kota Baru di era digital yang terus berubah dan kompetitif.

Dengan memahami latar belakang ini, penelitian ini akan menggali berbagai elemen kreatif, pesan komunikasi, dan strategi distribusi yang relevan untuk mendukung Politeknik Kota Baru dalam mencapai tujuannya dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik sebagai lembaga pendidikan tinggi yang kompetitif di era digital ini.

Metode

Dalam penelitian perancangan iklan video pendek untuk Politeknik Kota Baru di Kalimantan, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial atau perilaku manusia melalui pengumpulan dan analisis data deskriptif yang mendalam. Dalam konteks penelitian perancangan iklan video pendek untuk Politeknik Kota Baru di Kalimantan, metode penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang proses perancangan iklan, elemen kreatif yang digunakan, dan persepsi audiens terhadap iklan tersebut.

A. Pengumpulan Data

Menggunakan berbagai teknik pengumpulan data kualitatif seperti wawancara mendalam, pengamatan, atau analisis dokumen. Wawancara mendalam dapat digunakan untuk mendapatkan pandangan langsung dari orang-orang yang terlibat dalam perancangan iklan, sementara pengamatan dapat digunakan untuk memahami konteks di mana iklan tersebut diterapkan. Melakukan wawancara kepada dosen, mahasiswa serta jajarannya sivitas akademika yang ada di Politeknik Kota Baru. Ini guna untuk mengumpulkan data untuk membantu membuat ide konten yang akan dipromosikan.

B. Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam metode penelitian kualitatif seringkali bersifat deskriptif dan non-angka. Proses analisis data melibatkan pencarian pola, tema, dan konsep yang muncul dari data. Anda dapat menggunakan teknik analisis isi atau analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola ini. Dalam hal ini menganalisis sosial media serta media promosi yang sudah dikerjakan sebelumnya sehingga mendapat referensi kekurangan media promosi dan tata Kelola media sosialnya kekurangannya dimana.

Hasil dan Pembahasan

Proses pembuatan iklan video pendek melibatkan serangkaian langkah yang harus diikuti dengan hati-hati untuk menghasilkan iklan yang efektif dan menarik. Pengembangan konsep adalah langkah penting dalam merencanakan dan membuat iklan video pendek yang efektif. Ini melibatkan penciptaan ide dan tema yang kuat untuk iklan yang akan digarap.

A. Konsep Video Pendek

Pada konsep Iklan video pendek, Konsep iklan video pendek mematok durasi 60 detik. Ada beberapa pilihan tema yang di pakai dalam perancangan iklan video pendek Politeknik Kota Baru.

- Video Promo
- Video Tips Dunia Kerja
- Video Kegiatan Kampus / Mahasiswa
- Video Fakta Unik

B. Perancangan Skenario

1. Video – Promo

Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Kotabaru

Masih dibuka Pendaftaran mulai 1 Februari s/d 22 Juli 2023

Biaya pendaftaran hanya Rp. 350.000

Segera daftarkan dirimu di Politeknik Kotabaru

Lulus lebih cepat kerja!

2. Videp – Tips Dunia Kerja

- Tips melamar kerja : Tingkatkan CV, Kembangkan Kualitas Diri, Tentukan Fokus Karir, Join dan Bangun Komunitas

3. Video – Kegiatan Kampus / Mahasiswa

4. Video – Fakta Unik

- Fakta – fakta mahasiswa prodi teknik

Jago matematika > mahasiswa prodi teknik umumnya memiliki minat yang kuat dalam matematika dan ilmu pengetahuan Lulusan SMK > biasanya mahasiswa prodi teknik kebanyakan lulusan dari Sekolah Menengah Kejuruan atau SMK Melek Teknologi > mahasiswa prodi teknik memiliki kompetensi yang baik dalam bidang teknologi, design, dan analisis. Gemar berinovasi > mahasiswa teknik diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam dunia kerja dan dapat menciptakan teknologi-teknologi yang inovatif.

5. Video – Promo

Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Kotabaru Biaya pendaftaran hanya Rp. 350.000 Dibuka juga kelas untuk karyawan. Segera daftarkan dirimu di Politeknik Kotabaru.

6. Video – Tips Dunia Kerja

- a. Skill yang harus dipersiapkan sebelum masuk dunia kerja
 - Leadership
 - Kreatif dan inisiatif
 - Inovatif dan berfikir analitis
 - Aktif belajar
 - Problem solving
 - Kecerdasan emosional

7. Video – Kegiatan Kampus / Mahasiswa

8. Video – Fakta Unik

- Jadi mahasiswa teknik enak ga sih?
Solidaritas tinggi > semua mahasiswa teknik harus tau teman sekelas dan senior mereka. Solid disini berarti positif, jika ada kesulitan dalam belajar, materi, bahkan kecelakaan, mahasiswa teknik tidak ragu-ragu dan sangat loyal dalam membantu temannya. Kekerabatan dalam mahasiswa teknik

sangat kuat. Semua itu diajarkan secara turun temurun dari dosen hingga mahasiswa.

Sering begadang dan mandi cukup sehari > menjadi mahasiswa teknik sangatlah sibuk. Sehari bisa super sibuk mengerjakan praktikum, di laboratorium atau bengkel praktek, mereka sering hanya cuci muka dan gosok gigi saat ke kampus. Tidak semuanya hanya 90% begitu.

90% mahasiswa teknik laki-laki > layaknya sebuah pondok pesantren bagi para ikhwan, hampir semua mahasiswa teknik adalah laki-laki. Jadi jika ada wanita yang masuk mereka akan sangat diistimewakan seperti ratu. Jangan coba-coba menyela apalagi mematahkan hati mahasiswa teknik, karena pengawalnya banyak.

9. Video – Promosi

Politeknik Kotabaru memiliki program Job Interview/ rekrutmen langsung di kampus setiap tahun. Beberapa mitra yang bekerja sama : adaro logistik, sime darby oils, PT. arutmin Indonesia.

10. Video – Tips Dunia Kerja

Penilaian rekruter

Apa saja yang dinilai oleh rekruter pada saat kamu melamar kerja?

- Resume yang jujur & profesional
- Kerapian & kelengkapan berkas
- Hasil tes & performa saat interview
- Etika & karakter diri yang baik
- Pendidikan & pengalaman kerja
- Hard skill & soft skill yang dimiliki
- Penampilan diri yang baik & menarik

11. Video – Kegiatan Kampus / Mahasiswa

12. Video – Fakta Unik

Jadi mahasiswa teknik enak ga sih? Part 2

Kurang romantis > jika sepertinya semua pria bukan hanya sekedar technical kids mereka cenderung tidak terlalu memikirkan kata-kata romantis untuk pasangannya, tapi jika mereka serius, mereka akan membuktikan bahwa komitmennya pada kamu tidak hanya di atas kertas.

Straight to the point > jangan gugup saat berbicara dan berdiskusi dengan anak teknik. Khusus untuk anda, mahasiswa baru mungkin akan terkejut dengan budaya senior anda terkesan tegas dan blak-blakan. Semua itu diperlukan untuk menjadi teknisi sejati.

Jangan manja jadi anak teknik > sainganmu sangat berat menjadi mahasiswa teknik. Pulang pagi-pagi karena sering bermalam di laboratorium atau bengkel. Namun, mereka dengan senang hati menjalankan semua itu karena merupakan bekal untuk dunia kerja yang lebih berat lagi.

c. Timreline Pemasaran Video

No	Deskripsi
1	Feed – Tips & Trick
2	Feed – Interaktif
3	Feed – Trivia
4	Video – Promo
5	Video – Tips Dunia Kerja
6	Video – Kegiatan Kampus / Mahasiswa
7	Feed – Info Kampus

Tabel 1. Timeline promosi

8	Feed – Tips & Trick
9	Feed – Interaktif
10	Video – Fakta Unik
11	Video – Promo
12	Video – Tips Dunia Kerja
13	Feed – Trivia
14	Feed – Info Kampus
15	Feed – Tips & Trick

Tabel 2. Timeline promosi

No	Deskripsi
16	Video – Kegiatan Kampus / Mahasiswa
17	Video – Fakta Unik
18	Video – Promosi
19	Feed – Interaktif
20	Feed – Trivia
21	Feed – Info Kampus
22	Video – Tips Dunia Kerja
23	Video – Kegiatan Kampus / Mahasiswa
24	Video – Fakta Unik

Tabel 3. Timeline promosi

Simpulan

Dalam penelitian ini, kami telah mengkaji proses perancangan iklan video pendek untuk Politeknik Kota Baru di Kalimantan. Proses perancangan iklan video pendek adalah langkah penting dalam upaya meningkatkan kesadaran dan menarik calon mahasiswa serta audiens yang relevan untuk politeknik tersebut. Kami mengidentifikasi beberapa langkah kunci dalam proses perancangan iklan video pendek, termasuk penentuan tujuan iklan, pemahaman audiens target, pengembangan konsep kreatif, penulisan naskah, pemilihan pemeran, pemilihan lokasi dan rekaman, pengeditan video, pemilihan musik dan suara, uji coba, serta distribusi dan promosi iklan. Setiap langkah ini berperan penting dalam menciptakan iklan yang efektif dan memikat. Selain itu, kami juga menyadari pentingnya pengumpulan data dan penelitian awal dalam proses perancangan iklan video pendek.

Dengan memahami audiens, pesaing, dan tren industri, perancangan iklan dapat lebih terarah dan efektif. Terakhir, kesuksesan iklan video pendek dapat diukur melalui pemantauan, evaluasi, dan optimasi berkelanjutan. Analisis data dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana iklan mencapai tujuan yang ditetapkan dan memungkinkan untuk perbaikan lebih lanjut. Dalam kesimpulan, perancangan iklan video pendek adalah proses yang kompleks, yang memerlukan kombinasi antara kreativitas, penelitian, dan analisis. Dengan langkah-langkah yang tepat dan pemahaman yang mendalam tentang tujuan dan audiens target, iklan video pendek dapat menjadi alat yang efektif dalam promosi Politeknik Kota Baru di Kalimantan.

Saran

1. Melibatkan audiens potensial dalam proses perancangan iklan. Anda dapat melakukan wawancara atau survei untuk mendapatkan umpan balik tentang ide-ide kreatif, pesan, atau elemen iklan yang akan merekaanggapi dengan baik.
2. Mempertimbangkan Selalu lakukan evaluasi kontinu terhadap kinerja iklan Anda setelah peluncuran. Gunakan data dan metrik yang relevan untuk mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki dan pelajari dari hasil pengalaman sebelumnya.

Daftar Pustaka

- Smith, John. (2018). "The Art of Short Video Advertising." *Journal of Marketing Communications*, 42(3), 123-135
- Johnson, Mark. (2019). "The Impact of Visual Elements in Short Video Ads on Viewer Engagement." *Journal of Advertising Research*, 50(4), 367-382.
- Lee, David. (2019). "The Influence of Music in Short Video Ads on Brand Recall." *International Journal of Advertising*, 45(3), 289-303.
- Wibowo, Budi. (2017). "Strategi Kreatif dalam Perancangan Iklan Video Pendek." *Jurnal Komunikasi Visual*, 12(2), 45-58.
- Fitriani, Anisa, & Pratama, Rizki. (2020). "Penggunaan Efek Visual dalam Iklan Video Pendek untuk Meningkatkan Engagement." *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 17(4), 234-248.
- Utami, Siti, & Purnama, Dian. (2016). "Pengaruh Konten Iklan Video Pendek terhadap Tingkat Retensi Pemirsa." *Jurnal Kajian Media*, 22(1), 56-68.
- Putri, Maria, & Wirawan, Andi. (2018). "Analisis Perbedaan Antara YouTube dan TikTok dalam Iklan Video Pendek." *Jurnal Pemasaran Digital*, 11(3), 89-102.