

## **STRATEGI PROMOSI PENERIMAAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS AL HIKMAH JEPARA MENGGUNAKAN VIDEO IKLAN**

**Fadlur Rohman<sup>1</sup>, Novia Dyah Mahesti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Al Hikmah Jepara

\*Corresponding author: [fadlurrohmandkv@gmail.com](mailto:fadlurrohmandkv@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi promosi dalam konteks institusi pendidikan tinggi yang menghadapi persaingan dalam media promosi. Universitas Al Hikmah Jepara saat ini menggunakan media promosi baik cetak, lisan maupun video multimedia iklan, pendekatan pemasaran yang kreatif dan inovatif dapat memberikan informasi dalam menarik minat calon mahasiswa baru. Menggunakan promosi video iklan sebagai media utama karena era globalisasi ini sistem informasi menjadi semakin canggih, pendaftaran mahasiswa baru setiap tahun dilakukan oleh Universitas Al Hikmah Jepara. Perancangan media promosi ini yang akan penulis gunakan adalah dalam bentuk video promosi yang akan di pulikasikan ke media sosial.

**Kata kunci: Strategi Promosi, Video Iklan**

### **ABSTRACT**

*This study aims to evaluate promotional strategies in the context of higher education institutions facing competition in promotional media. Al Hikmah University of Jepara currently uses promotional media, both print, oral and multimedia video advertisements, creative and innovative marketing approaches can provide information in attracting the interest of prospective new students. Using promotional video advertisements as the main media because in this era of globalization the information system is becoming increasingly sophisticated, new student registration is carried out every year by Al Hikmah University of Jepara. The design of this promotional media that the author will use is in the form of promotional videos that will be published to social media.*

**Keywords: Promotion Strategy, Video Advertising**

## **PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya waktu saat ini teknologi informasi sudah semakin berkembang pesat, perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang salah satunya sebagai media iklan multimedia. Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, animasi, suara, gambar dan video dengan tools (alat bantu) dan link sehingga pengguna dapat melakukan navigasi, interaksi, berkarya dan berkomunikasi. (Gumelar, 2014). Promosi merupakan suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang. (Nazilah & Setiawati, 2021).

Persaingan antar perguruan tinggi baik negeri maupun swasta semakin rumit, strategi promosi Universitas Al Hikmah Jepara harus mampu menjawab tantangan masa depan dan mampu memperkenalkan universitas ke masyarakat luas serta calon mahasiswa menjadi strategi promosi yang efektif. Video marketing dalam strategi pemasaran memberikan dampak atau pengaruh positif terhadap promosi dan sesuai keputusan pembelian (Lustono, et al., 2020). Dalam video promosi Universitas Al Hikmah Jepara menampilkan para mahasiswa yang mempromosikan penerimaan mahasiswa baru dengan berbagai keunggulan dengan biaya yang murah dan kuliah mudah.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam pembuatan video ini yaitu melalui metode *Multimedia Development life cycle* (MDLC) merupakan salah satu pengembangan metodologi perangkat lunak. Menurut Luther-Sutopo dalam Binanto (2010) metode pengembangan multimedia ini dilakukan melalui enam tahapan, yaitu konsep (*concept*), perancangan (*design*), pengumpulan bahan (*material collecting*), pembuatan (*assembly*), pengujian (*testing*), dan distribusi (*distribution*). Keenam tahap ini tidak harus berurutan dalam praktiknya, tahap-tahap tersebut dapat saling bertukar posisi. Meskipun begitu, tahap *concept* memang harus menjadi hal yang pertama kali dikerjakan. Selain itu proses penulisan penelitian yang didukung oleh kajian pustaka, menurut Darmadi (2013) metode penelitian adalah salah satu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Penulis menerapkan metode penelitian kualitatif, data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata, skema dan gambar. Data yang ambil merupakan data kualitatif yang bersifat deskriptif yang ditemukan selama studi lapangan. Dalam penelitian ini penulis menjumpai 6 orang sebagai informan yaitu, 1. Rizki sebagai Cameramen, 2. Diyah sebagai sutradara, dan 4 orang mahasiswa sebagai talent

pendukung (Sholeh, Heru, Syafira dan Ririn) sesaat setelah melakukan video shooting pada bulan bulan Januari 2026.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Strategi adalah rencana terencana yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk mengatasi situasi tertentu. Dalam konteks bisnis, pendidikan, atau organisasi lainnya, strategi melibatkan pemilihan langkah-langkah dan alokasi sumber daya untuk mencapai keunggulan kompetitif atau tujuan jangka panjang (Thompson, A. A., Strickland, A. J., & Gamble, J. E. (2005).

Strategi Promosi merupakan salah satu cara atau alat untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, maupun perusahaan untuk memperkenalkan pada masyarakat lebih luas. Menurut Wibowo & Lisanto (2021) Video merupakan teknologi yang dapat merekam dan menyimpan, serta memproses dan merekonstruksi urutan tak bergerak gambar menjadi video yang menjadikan multimedia sesuatu yang dinamis. Video iklan diambil dengan konsep kreatif agar mencapai tujuan dan tepat sasaran. Iklan yang dibuat untuk mempromosikan Universitas Al Hikmah Jepara kepada masyarakat luas yang bingung dalam memilih universitas pilihan di kota Jepara dan sekitarnya pada akhirnya dia mendapatkan info dari website bahwa ada universitas dan dia langsung mendaftarkan dirinya di Universitas Al Hikmah Jepara.

Peningkatan Reputasi: Jumlah mahasiswa baru yang besar dan kualitas akademis yang baik dapat meningkatkan reputasi perguruan tinggi, menciptakan citra yang positif, dan meningkatkan peringkat lembaga. Penerimaan mahasiswa baru dapat membantu universitas untuk menambah populasi mahasiswa, dan menciptakan lingkungan kampus yang produktif.

### **1. Konsep**

Perancangan media iklan saluran strategis untuk menentukan tujuan yang dirancang. Pada iklan ini untuk sasaran promosi Universitas Al Hikmah Jepara supaya dikenal luas dikalangan masyarakat luas dan juga calon mahasiswa baru yang masih bingung dengan pilihannya.

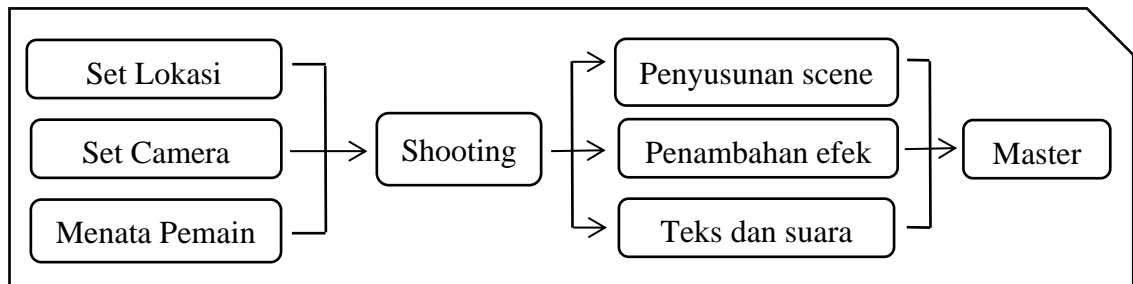
### **2. Perancangan (*Design*)**

Perancangan atau desain menjadi proses kreatif yang dilakukan dalam merencanakan dan merancang ide untuk menciptakan produk baru, dalam hal ini dapat menjadi solusi dari suatu masalah yang ada dan bisa lebih bermanfaat kedepannya.

- a. Sinopsis berisi alur cerita singkat yang mudah di pahami sehingga penonton mampu menangkap isi cerita yang disampaikan dalam video.


Dalam video rekaman tersebut menyoroti pendaftaran masuk Universitas Al Hikmah Jepara yang mudah dan bisa kuliah sambil kerja.


b. Tahap perancangan video promosi



Gambar 1. Proses Produksi  
 Sumber : Penulis

c. Storyboard

No	Scene	Audio	Keterangan
1.		Audio effect digital	Diawali menampilkan bumper Logo Universitas Al Hikmah Jepara sebagai pembuka
2.		Suara pemeran promosi	Menampilkan gambaran lingkungan kampus yang bersahabat bagi calon mahasiswa baru
3.		Suara pemeran promosi	Menjelaskan kemudahan di Universitas Al Hikmah Jepara tanpa ragu bisa kuliah sambil kerja
4.		Suara pemeran promosi	Menampilkan latar belakang perpustakaan Universitas yang kaya akan sumber literasi dan bacaan

5. SEGERA MENDAFTAR DI CELOMBANG SATU ( NOVEMBER 2025 - APRIL 2026 ) <b>www.uaajpr.ac.id</b>  SCAN UNTUK INFO SELENGKAPNYA	Suara pemeran promosi	Menampilkan link pendaftaran yang bisa dengan mudah diakses
---	-----------------------------	---

Tabel 1. Storyboard Produksi

d. Storyline

No	Keterangan
1.	Diawali menampilkan Logo Universitas Al Hikmah Jepara sebagai pembuka
2.	Menampilkan gambaran lingkungan kampus yang bersahabat bagi calon mahasiswa baru
3.	Menjelaskan kemudahan di Universitas Al Hikmah Jepara tanpa ragu bisa kuliah sambil kerja
4.	Menampilkan latar belakang perpustakaan Universitas yang kaya akan sumber literasi dan bacaan
5.	Menampilkan link pendaftaran yang bisa dengan mudah diakses

Tabel 2. Storyline Produksi

3. Pengumpulan Bahan

Tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan proses take video promosi yang dikerjakan. Bahan-bahan tersebut antara lain seperti teks, take video, audio, dan lainnya yang direkam oleh kameramen. Tahap ini dapat dikerjakan secara paralel dengan tahap *assembly*.

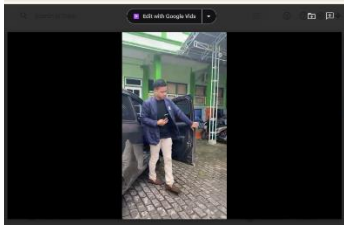


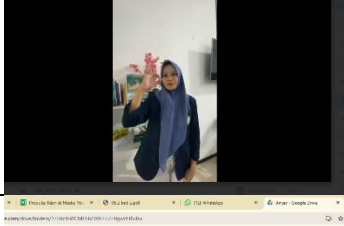

Tabel 3. Scene teks rekaman


Scene	Lokasi Shooting	Teks rekaman
Scene 1	Background area kampus	Kerja tapi tetap pengen kuliah?
Scene 2	Teras Kampus	Sekarang kamu ga harus pilih salah satu
Scene 3	Perpustakaan	Di Universitas Al Hikmah Jepara, kamu bisa kuliah sambil tetap kerja
Scene 4	Perpustakaan	Biayanya terjangkau mulai 250 ribu perbulan
Scene 5	Perpustakaan	Free biaya pendaftaran Free biaya uang gedung Dan banyak beasiswa

Scene 6	Perpustakaan	Program studinya banyak dan terakreditasi
Scene 7	Perpustakaan	Universitas Al Hikmah Jepara, Kerja tetap jalan, kuliah tetap aman.

Sumber:(sumber data sutradara:2026)

Tabel 4. Scene Hasil shooting Video

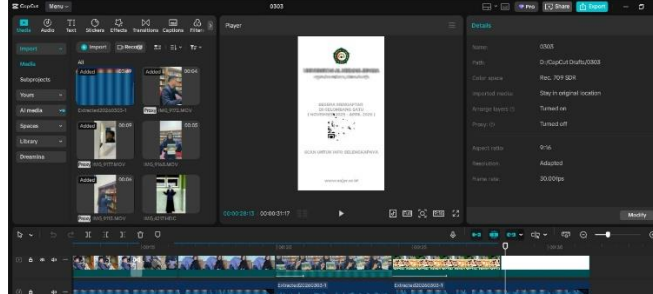
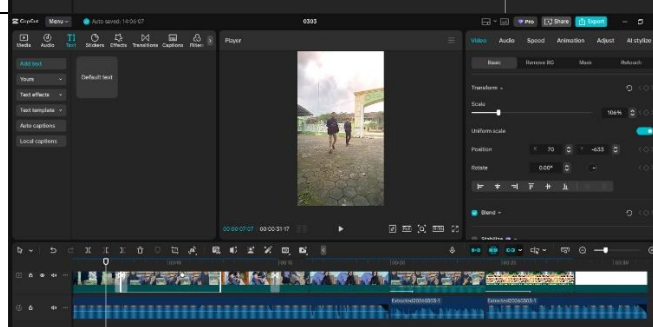
No.	Scene	Keterangan
1.		Video shoot mahasiswa di lingkungan kampus Universitas Al Hikmah Jepara
2.		Video shoot mahasiswa di teras kampus 1 Universitas Al Hikmah Jepara
3.		Video Shoot mahasiswa di perpustakaan Universitas Al Hikmah Jepara
4.		Video Shoot mahasiswa di perpustakaan Universitas Al Hikmah Jepara
5.		Video Shoot mahasiswa di perpustakaan Universitas Al Hikmah Jepara

6.		Video Shoot mahasiswa di perpustakaan Universitas Al Hikmah Jepara
7.		Video Shoot mahasiswa di perpustakaan Universitas Al Hikmah Jepara

4. Pembuatan (Assembly)

Pada tahap ini material atau bahan yang sudah terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan pembuatan video promosi dengan digabungkan file video menjadi satu video iklan promosi yang utuh.

Tabel 5. Proses Editing Video

No.	Scene	Keterangan
1.		Cuplikan Video berisi halaman awal berupa bumper logo Universitas Al Hikmah Jepara.
2.		Cuplikan video berupa potongan-potongan digabungkan menjadi video iklan yang menarik untuk di tayangkan.

5. Pengujian (*Testing*)

Tahap pengujian dilakukan setelah tahap pembuatan video iklan selesai dikerjakan dengan memutar video dan melihatnya apakah ada kesalahan atau tidak. Pengujian dilakukan oleh pembuat video dalam hal ini disebut pengujian alpha (*Alpha test*).

<b>Tujuan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Hasil</b>
Memperkenalkan Universitas AL Hikmah Jepara pada khalayak Luas	Menampilkan logo Universitas Al Hikmah Jepara	Tercapai
Visualisasi informasi yang ditampilkan layak di tonton oleh seluruh lapisan masyarakat	Video yang di tampilkan menyerukan ajakan masuk Universitas Al Hikmah Jepara dan tidak mengandung unsur SARA	Tercapai

Tabel 6. Tabel Pengujian Video

6. Distribusi

Distribusi ini merupakan tahapan akhir dimana video iklan yang telah di finishing akan di simpan dan di publikasikan di sosial media yang telah dipilih.

**SIMPULAN**

Strategi promosi penerimaan mahasiswa baru merupakan langkah-langkah yang dirancang untuk menarik perhatian calon mahasiswa baru dan mempromosikan Universitas Al Hikmah Jepara secara efektif. Kesimpulan terkait strategi promosi penerimaan mahasiswa baru dapat menampilkan informasi menarik seputar prodi-prodi yang ada di Universitas Al Hikmah Jepara. Pembuatan video ini dapat menjadi sumber informasi yang berpengaruh dalam menyampaikan pesan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital-Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Gumelar. (2014). *Pengertian Multimedia, Fungsi, Manfaat, Jenis-Jenis Media Pembelajaran, Dan Cara Penggunaan Kedudukan Media Pembelajaran*. Sukabumi: CV Jejak
- Lustono, Cahyani, L., & Fadila. (2020). Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Medikonis STIE Tamansiswa Banjarnegara*, 20, 11–24.
- Nazilah, S., & Setiawati, T. (2021). Media Alat Bantu Promisi Fakultas Teknik Berbasis Android Menggunakan Augmented Reality. *Media Jurnal Informatika*, 13(1), 45–51.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., & Gamble, J. E. (2005). *Crafting and executing strategy: The quest for competitive advantage*. McGraw-Hill.
- Wibowo, T., & Lisanto, L. (2021). *Cinematic Sequence for Video Blog Using Multimedia Development Life Cycle*. *Journal of Information System and Technology (JOINT)*, 2(2), 16–48.