

Media Video Sebagai Sarana Promosi Penerimaan Santri Baru Pada Pondok Pesantren An-Nuqthah

Dewi Immaniar Desrianti*¹, Shifa Dini Annisa², Arvy Alisha Sofwan³, Graciela Natalia⁴

¹²³⁴Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja
Jl. Jendral Sudirman No.40 Modern Cikokol Tangerang

Email: *¹ dewi.immaniar@raharja.info, ² shifa.dini@raharja.info, ³ arvy@raharja.info,
⁴ graciela@raharja.info

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi dalam bentuk video guna mendukung peningkatan jumlah pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren An-Nuqthah, Kota Tangerang. Pondok pesantren ini mengalami penurunan signifikan dalam jumlah pendaftar, dari 777 santri pada tahun 2022 menjadi 423 santri di tahun 2024, jauh di bawah target tahunan yaitu 1000 santri. Sebelumnya, kegiatan promosi hanya mengandalkan media cetak dan dokumentasi singkat, yang dinilai kurang efektif dalam menarik minat calon santri. Metode penelitian yang digunakan mencakup observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, dan studi pustaka, dengan analisis yang mengikuti tahapan Multimedia Development Life Cycle (MDLC), meliputi proses konseptualisasi, perancangan, pengumpulan materi, produksi, pengujian, hingga distribusi. Selain itu, tahapan produksi media mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah sebuah video promosi yang dibuat menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2019 dan Adobe Illustrator CS6, yang memuat informasi lengkap mengenai profil pondok pesantren, latar belakang, visi dan misi, program unggulan, fasilitas yang tersedia, serta aktivitas ekstrakurikuler. Video ini kemudian disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube untuk memperluas jangkauan audiens. Diharapkan, penggunaan video sebagai media promosi ini dapat menyampaikan informasi secara lebih menarik dan komprehensif, menarik minat calon santri baru, membangun kepercayaan dari orang tua, serta membantu mencapai target penerimaan santri setiap tahunnya.

Kata Kunci – Media Promosi, Video, Strategi Pemasaran, Penerimaan Santri Baru.

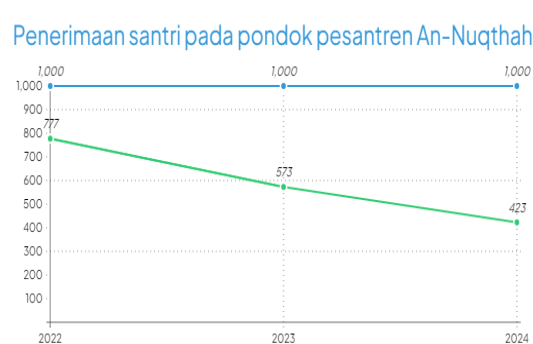
Abstract

This study aims to develop promotional media in the form of videos to support the increase in the number of new student registrations at the An-Nuqthah Islamic Boarding School in Tangerang City. This Islamic boarding school experienced a significant decline in the number of applicants, from 777 students in 2022 to 423 students in 2024, far below the annual target of 1,000 students. Previously, promotional activities only relied on print media and short documentation, which were considered ineffective in attracting prospective students. The research methods used included direct observation, interviews with related parties, and literature studies, with analysis following the stages of the Multimedia Development Life Cycle (MDLC), including the process of conceptualization, design, material collection, production, testing, and distribution. In addition, the media production stages included pre-production, production, and post-production. The final result of this research is a promotional video created using Adobe Premiere Pro CC 2019 and Adobe Illustrator CS6, which contains complete information about the Islamic boarding school's profile, background, vision and mission, flagship programs, available facilities, and extracurricular activities. This video was then distributed through various social media platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube to expand its audience reach. It is hoped that using video as a promotional medium will convey information in a more engaging and comprehensive manner, attract the interest of prospective new students, build trust with parents, and help achieve the annual student admission target.

Keywords – Promotional Media, Video, Marketing Strategy, New Student Admission.

1. PENDAHULUAN

Pondok Pesantren An-Nuqthah, adalah sebuah lembaga pendidikan yang sudah terakreditasi yang beralamatkan di Jl. Rasuna Said Cipete Pinang Kota Tangerang. Lembaga tersebut berdiri tahun 2009, yang didirikan oleh Kh. Zuhri fauzi. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pondok pesantren An- Nuqthah Kota Tangerang adalah, masih kurangnya media promosi dan informasi mengenai penerimaan santri baru. Sebelumnya, informasi dan promosi hanya disebarakan melalui media website, brosur, spanduk, *banner*, *youtube* dan *instagram* yang hanya memuat foto dan video dokumentasi singkat mengenai kegiatan di lingkungan pondok pesantren. Sehingga masih kurangnya informasi lengkap, efektif, kreatif dan up to date yang tersedia, untuk mendukung promosi penerimaan santri baru pada pondok pesantren An- Nuqthah Kota Tangerang.



Gambar 1. Grafik Jumlah Penerimaan Santri 2022-2024

Menurut data yang dikumpulkan dari hasil wawancara dengan *stakeholder*, bahwa penerimaan santri baru pada pondok pesantren An- Nuqthah Kota Tangerang, mulai dari tahun 2022 hingga tahun 2024 yaitu, pada tahun 2022 sebanyak 777 santri, pada tahun 2023 mengalami penurunan menjadi 573 santri dan di tahun 2024 juga mengalami penurunan menjadi 423 santri dan belum mencapai target yang diharapkan yaitu sebanyak 1000 santri setiap tahunnya.

Berdasarkan analisis permasalahan di atas, untuk mendukung penerimaan santri baru maka diperlukan strategi media promosi berbasis video untuk memperkenalkan ruang lingkup pondok pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang, termasuk profil pondok pesantren, visi dan misi, program unggulan, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler dan informasi penting terkait pendaftaran di pondok pesantren. Selanjutnya, video promosi ini akan disebarluaskan pada *platform* media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *Youtube*, untuk menjangkau sasaran yang lebih luas.

Media video dinilai sangat efektif untuk mendukung penyampaian informasi dan kegiatan promosi pesantren. Video promosi adalah suatu informasi yang dibuat seseorang atau organisasi dengan pesan yang menarik untuk dibagikan.^[1] Video adalah media *audio visual* yang menampilkan gambar dan suara.^[2]

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merancang sebuah video promosi Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang sehingga pihak tersebut menggunakan media ini untuk menyampaikan informasi yang lebih lengkap, menarik, dan terkini tentang ruang lingkup pondok. Ini juga akan meningkatkan daya tarik dan minat calon santri untuk bergabung dan meningkatkan jumlah santri yang mendaftar setiap tahunnya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan beberapa metode diantaranya: (1) Pengumpulan data dengan Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, (2) Analisis *MDLC*, (3) Perancangan video promosi ini didukung *software* penunjang yaitu *Adobe Premiere CC 2022* dan *Adobe Premiere pro 2019* (4)

Konsep Produksi Media yang terdiri dari: *Pre production* (Pra Produksi), *Production* (Produksi) dan *Post Production* (Pasca Produksi).

Analisis MDLC

Analisis MDLC merupakan pengembangan multimedia yang terdiri dari enam tahapan, yaitu tahapan *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*.^[7]

Tabel 1. Analisis MDLC

MDLC	Deskripsi
Konsep (<i>Concept</i>)	Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang membutuhkan media promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan memperkenalkan diri ke masyarakat. Sebagai pesantren <i>modern</i> , mereka merencanakan media promosi berbentuk <i>audio-visual</i> dan <i>motion graphic</i> yang informatif dan menarik. Media ini akan menampilkan profil lembaga, visi-misi, program pendidikan, keunggulan, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, serta informasi pendaftaran, guna menunjukkan keunikan dan kelebihan secara kreatif.
Desain (<i>Design</i>)	Pada tahap desain, penulis mewujudkan konsep video promosi Pondok Pesantren An-Nuqthah dalam bentuk <i>storyboard</i> sebagai panduan utama produksi. <i>Storyboard</i> mencakup 10 <i>scene</i> yang disusun agar sesuai dengan konsep dan tujuan video.
Pengumpulan Materi (<i>Material Collecting</i>)	Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara dengan <i>stakeholder</i> Pondok Pesantren An-Nuqthah sebagai dasar perancangan video promosi. Proses produksi menggunakan perangkat seperti <i>Adobe Premiere Pro</i> untuk <i>editing</i> , <i>Adobe Illustrator</i> untuk elemen grafis, dan kamera <i>Sony a6400</i> untuk dokumentasi foto dan video.
Pembuatan (<i>Assembly</i>)	Pada tahap produksi video promosi, dilakukan penyesuaian <i>lighting, editing video, penggabungan motion graphic, penambahan audio dan voiceover</i> , serta finalisasi. Proses ini mencakup pemilihan rekaman terbaik, <i>editing</i> sesuai <i>storyboard</i> , integrasi <i>visual</i> menggunakan <i>Adobe Premiere Pro</i> dan <i>Illustrator</i> , serta penambahan <i>sound effect</i> dan narasi. Tahap akhir adalah <i>review</i> dan <i>rendering</i> .
Pengujian (<i>Testing</i>)	Pada tahap ini, penulis meninjau hasil akhir video untuk memastikan kesesuaian dengan konsep dan pesan yang ingin disampaikan. Proses mencakup pemeriksaan <i>visual, audio, dan narasi</i> ; identifikasi kesalahan teknis, serta konfirmasi dari pihak Pondok Pesantren An-Nuqthah. Jika diperlukan, dilakukan revisi berdasarkan masukan <i>stakeholder</i> guna memastikan video siap dipublikasikan dan memenuhi standar yang diharapkan.
Distribusi (<i>Distribution</i>)	Pada tahap distribusi, video promosi dipublikasikan melalui media sosial seperti <i>TikTok, YouTube, dan Instagram</i> , dengan tujuan menjangkau calon santri, orang tua, dan masyarakat umum secara efektif.

Literature Review

Berikut adalah ulasan dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian:

1. Penelitian yang dilakukan Tyas, dkk (2023) ^[3] “Pelatihan Keterampilan Berbicara Pada Pembuatan Video Promosi Sekolah untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa-Siswi SMK Safinatul Huda Kabat Banyuwangi”. Penelitian ini bertujuan Untuk menyampaikan informasi MTs Negeri 13 Majalengka dengan lebih efektif dan menunjang promosinya.
2. Penelitian yang dilakukan Mudin (2023) ^[4] “Bentuk Promosi Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru”. Penelitian ini bertujuan Untuk bentuk promosi yang dilakukan di sekolah di Bogor.
3. Penelitian yang dilakukan Sunarya, dkk (2021) ^[5] “Media Video Sebagai Penunjang Promosi Pada Pondok Pesantren Al-Bayan Rangkasbitung Kabupaten Lebak”. Penelitian

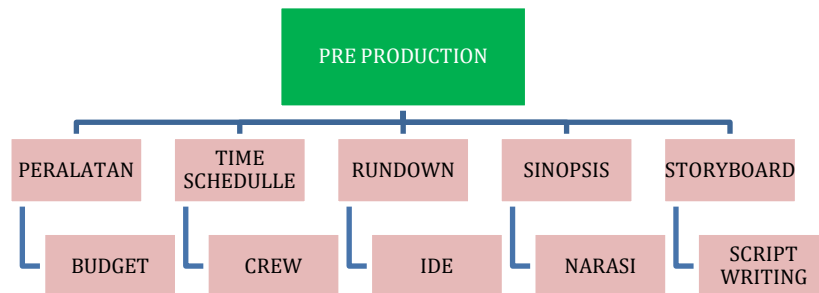
ini bertujuan untuk membantu pondok pesantren Al- Bayan dalam mengembangkan media berbentuk video promosi, agar menjadikan daya tarik yang efektif dan informatif bagi calon santri.

4. Penelitian yang dilakukan Baqi, dkk (2024) [6] “Video Promosi Program Studi TI MAVIB Pada Universitas Raharja Tangerang”. Penelitian ini bertujuan menginformasikan dan mempromosikan Program Studi Teknik Informatika, khususnya konsentrasi Multimedia Audio Visual dan Broadcasting untuk menarik minat Masyarakat.
5. Penelitian yang dilakukan Lestari, dkk (2022) [7] “Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Qur'an Tangerang”. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan media promosi dan informasi tentang pesantren seputar profil, sejarah, keunggulan, fasilitas, prestasi, dan kegiatan dalam video yang lengkap, asli, dan inovatif untuk menarik minat calon santri di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pre Production

Pre Production adalah tahap awal dari Konsep Produksi Media, seperti pengumpulan data atau unsur yang diperlukan saat proses produksi.[8] Semua aspek yang diperlukan sebelum memulai proyek video harus dipersiapkan di tahap ini.



Gambar 2. Pre Production

1. Ide atau gagasan

Secara sederhana ide atau gagasan adalah pemikiran sebagai dasar dari suatu konsep.[9] Ide ini kemudian dikembangkan menjadi sebuah konsep dengan mengumpulkan data-data berdasarkan masalah yang ada. Untuk memastikan video yang dihasilkan memiliki nilai dan dampak yang diinginkan pada target audiens, konsep video didasarkan pada data dan informasi yang diperoleh dari *stakeholder*. Konsep dalam perancangan media video sebagai sarana penerimaan santri baru meliputi profil pondok pesantren, visi dan misi, program unggulan, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler dan informasi penting terkait pendaftaran yang memberikan gambaran mengenai kualitas Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang.

2. Sinopsis

Sinopsis merupakan bagian dari jalan cerita yang menggambarkan alur mulai dari awal hingga akhir untuk membuat suatu cerita.[10] Berikut ini sinopsis dari perancangan media video sebagai sarana penerimaan santri baru pada Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang:

Tabel 2. Sinopsis

Sinopsis
“Video dimulai dengan bumper opening yang menampilkan identitas Pondok Pesantren An-Nuqthah. Setelah itu, beberapa santri memperkenalkan pondok pesantren ini, disertai dengan penjelasan mengenai visi dan misi yang menjadi landasan pendidikan di An-Nuqthah. Suasana lingkungan pondok pesantren yang asri dan kondusif juga diperlihatkan, memberi gambaran tentang kehidupan sehari-hari santri. Selanjutnya, video memaparkan berbagai program unggulan yang ditawarkan oleh pondok pesantren,

serta menampilkan fasilitas gedung sekolah yang mencakup TKIT, SMP IT, SMAI dan SMK. Beragam kegiatan ekstrakurikuler yang memperkaya pembelajaran santri juga ditunjukkan dalam video ini. Video kemudian memperlihatkan fasilitas-fasilitas lain yang mendukung kenyamanan dan kemajuan santri di pondok pesantren An-Nuqtah. Sebuah segmen khusus menampilkan testimoni dari alumni angkatan ke-9, yang menceritakan pengalaman mereka selama menuntut ilmu di An-Nuqtah. Kemudian, informasi mengenai pendaftaran santri baru disampaikan dengan jelas, diikuti dengan bumper closing yang menunjukkan alamat dan informasi lebih lanjut tentang pendaftaran. Video diakhiri dengan tampilan credit title.”

3. Narasi

Dalam video promosi Pondok Pesantren An-Nuqtah Kota Tangerang, terdapat penjelasan atau informasi yang disampaikan dalam bentuk teks untuk dibacakan melalui *voice over*. Video promosi ini membutuhkan peran pengisi suara agar informasi dapat dimengerti. Berikut ini adalah narasi dari video promosi Pondok Pesantren An-Nuqtah Kota Tangerang:

Tabel 3. Narasi

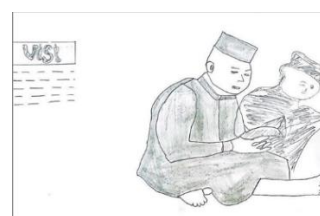
Narasi
”Pondok pesantren An-Nuqtah/ adalah lembaga pendidikan Islam/ yang berkomitmen untuk membentuk generasi muslim yang berakhlakul karimah/ berilmu/ dan siap berkiprah di masyarakat// Dengan bimbingan para ustadz dan ustadzah yang berpengalaman/ menawarkan suasana belajar yang nyaman dan kondusif/ serta lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual/ intelektual/ dan karakter para santri belajar Al- Qur’an/ ilmu agama/ serta ilmu-ilmu umum yang relevan dengan kebutuhan masa kini/ dalam rangka menciptakan generasi islam/ yang mampu memanfaatkan IQ/ EQ/ dan SQ// Untuk informasi pendaftaran lebih lanjut kalian bisa mengakses di website kami/ atau di instagram kami// Dengan demikian/ Pondok Pesantren An-Nuqtah/ berupaya mencetak generasi muda/ yang siap menghadapi tantangan zaman/ dengan landasan iman dan ilmu pengetahuan//”

4. Storyboard

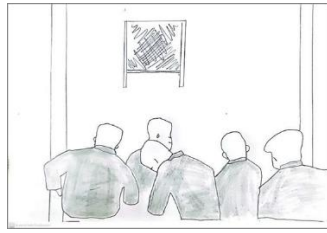
Storyboard adalah set gambar sketsa yang menggambarkan jalan cerita.^[11] *Storyboard* dapat dengan mudah mengkomunikasikan ide cerita kepada penonton agar mereka dapat memahami dengan mudah informasi yang disampaikan. Berikut ini adalah *storyboard* dari video promosi pondok pesantren An-Nuqtah Kota Tangerang sebagai berikut:



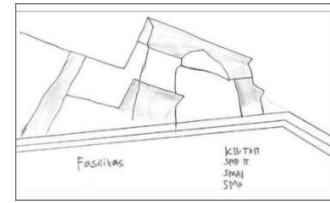
Gambar 3. Scene 1/ Menampilkan opening bumper Pondok Pesantren An Nutqhah



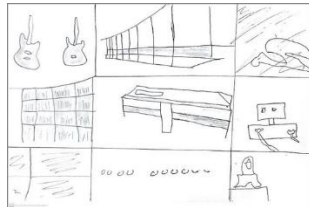
Gambar 4. Scene 2/ Menampilkan video motion graphic Visi Misi Pondok Pesantren An-Nuqtah



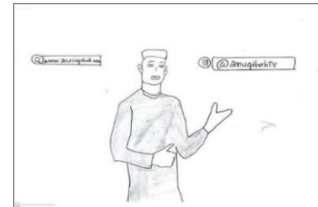
Gambar 5. *Scene 3/ Day/ Int/ Medium Long Shot/ Menampilkan video kegiatan*



Gambar 6. *Scene 4/ Menampilkan video motion graphic fasilitas gedung sekolah KB-TKIT LEBAH, SMP IT, SMAI dan SMK Pondok Pesantren An-Nuqthah*



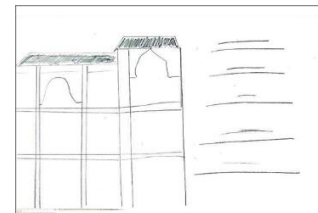
Gambar 7. *Scene 5/ Menampilkan video motion graphic fasilitas*



Gambar 8. *Scene 6/ Day/ Ext/ Medium Shot/ Menampilkan video informasi pendaftaran Pondok Pesantren An-Nuqthah*



Gambar 9. *Scene 7/ Day/ Int/ Medium Shot/ Menampilkan video tujuan yang akan dicapai dari Pondok Pesantren An-Nuqthah*



Gambar 10. *Scene 8/ Menampilkan credit title*

5. *Script Writing*

Script writing adalah runtutan teks yang merincikan adegan-adegan yang akan dipadatkan, diolah, serta diwujudkan dengan konsep yang menarik.^[12] Berikut *script writing* video promosi pondok pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang:

Tabel 4. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1	Menampilkan <i>opening bumper</i> Pondok Pesantren An-Nuqthah	<i>A New Day</i>
2	Menampilkan video motion graphic Visi Misi Pondok Pesantren An-Nuqthah	<i>A New Day</i>
3	Menampilkan video kegiatan	Pondok pesantren An-Nuqthah/ adalah lembaga pendidikan Islam/ yang berkomitmen untuk membentuk generasi muslim yang berakhlakul karimah/ berilmu/ dan siap berkiprah di masyarakat// Dengan bimbingan para ustadz dan ustadzah yang berpengalaman/ menawarkan suasana belajar yang nyaman dan kondusif/ serta lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual/ intelektual/ dan

		karakter para santri belajar Al- Qur'an/ ilmu agama/ serta ilmu-ilmu umum yang relevan dengan kebutuhan masa kini/ dalam rangka menciptakan generasi islam/ yang mampu memanfaatkan IQ/ EQ/ dan SQ//
4	Menampilkan video <i>motion graphic</i> fasilitas gedung sekolah KB-TKIT LEBAH, SMP IT, SMAI dan SMK Pondok Pesantren An-Nuqthah	<i>A New Day</i>
5	Menampilkan video <i>motion graphic</i> fasilitas (Lapangan, Asrama Putri dan Putra, Masjid, Aula, Koah, Ruang Kelas, Lab Komputer, Studio Musik, Koperasi, Olahraga, Perpustakaan dan GOR)	<i>MA_saltonbria_ThepathToTheStars A New Day</i>
6	Menampilkan video informasi pendaftaran Pondok Pesantren An-Nuqthah	Untuk informasi pendaftaran lebih lanjut kalian bisa mengakses di <i>website</i> kami/ atau di <i>instagram</i> kami//
7	Menampilkan video tujuan yang akan dicapai dari Pondok Pesantren An-Nuqthah	Dengan demikian/ Pondok Pesantren An-Nuqthah/ berupaya mencetak generasi muda/ yang siap menghadapi tantangan zaman/ dengan landasan iman dan ilmu pengetahuan//
8	Menampilkan <i>credit title</i>	<i>MA_Saltonbria_ThePathToTheStars</i>

6. *Rundown*

Rundown adalah susunan acara / kegiatan yang sudah diatur sedemikian rupa agar terstruktur mencakup segmen-segmen mulai dari bumper pembuka hingga bumper penutup. Berikut *rundown* dari perancangan video promosi Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang:

Tabel 5. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	ANIMASI / Int / Ext	Description
1	6	Samping rumah pak kiyai	00:00:57-00:01:43	<i>Ext</i>	Menampilkan video informasi pendaftaran Pondok Pesantren An-Nuqthah
2	3	Saung, lapangan masjid	00:00:25-00:00:45	<i>Int</i>	Menampilkan video kegiatan
3	7	Gedung Tamadun	00:01:44-00:02:00	<i>Int</i>	Menampilkan video tujuan yang akan dicapai dari Pondok Pesantren An-Nuqthah

4	1	-	00:00:00-00:00:04	Animasi	Menampilkan <i>opening bumper</i> Pondok Pesantren An-Nuqthah
5	2	Taman	00:00:05-00:00:24	Animasi	Menampilkan video <i>motion graphic</i> Visi Misi Pondok Pesantren An-Nuqthah
6	4	Pondok Pesantren An-Nuqthah	00:00:46-00:00:48	Animasi	Menampilkan video <i>motion graphic</i> fasilitas gedung sekolah KB- TKIT LEBAH, SMP IT, SMAI dan SMK Pondok Pesantren An-Nuqthah
7	5	Pondok Pesantren An-Nuqthah	00:00:49-00:00:56	Animasi	Menampilkan video <i>motion graphic</i> fasilitas
8	8	-	00:02:01-00:02:03	Animasi	Menampilkan <i>credit title</i>

7. Kru Produksi

Untuk produksi video promosi pondok pesantren An-Nuqthah memerlukan kru produksi, antara lain sutradara, asisten sutradara, *cameramen*, *script writer*, *editor*, *dubber*, dan *talent*. Berikut ini susunan *crew* yang melibatkan untuk pembuatan video promosi Pondok Pesantren An-Nuqthah:

Tabel 6. Penyusunan *Crew*

No.	Jabatan	Nama
1.	<i>Director</i>	Shifa Dini Annisa
2.	<i>Script writer</i>	Shifa Dini Annisa
3.	<i>Cameraman</i>	Shifa Dini Annisa
4.	<i>Pilot Drone</i>	Muhammad Taufan
5.	<i>Dubber</i>	Ezar
6.	<i>Editor</i>	Shifa Dini Annisa
7.	<i>Talent</i>	Haura dan Ezar Santriwan-Santriwati Tenaga pendidikan

8. Time Schedule

Time Schedule disusun sesuai rencana atau planning selama melakukan proses produksi berjalan. Berikut ini adalah *time schedule* pada pembuatan video promosi Pondok Pesantren An-Nuqthah:

Tabel 7. *Time Schedule*

Tahapan		September 2024				Oktober 2024				November 2024				Desember 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Pre production</i>	Pengajuan Observasi																
	Pengumpulan Data																
	Analisis Data																
	Ide/Gagasan																
	Sinopsis																

	Narasi																			
	Storyboard																			
	Script Writing																			
	Rundown																			
	Penyusunan Crew																			
	Time Schedule																			
	Anggaran/Budget																			
	Setting alat																			
Production	Perencanaan Multimedia																			
	Perencanaan Audio																			
	Perencanaan Visual																			
	Perencanaan Broadcasting																			
Post Production	Digitizing																			
	Editing																			
	Mixing																			
	Finishing																			
	Exporting																			
	Segmen Pasar																			

9. Budget Produksi Media

Anggaran atau *Budget* produksi adalah gambaran biaya yang dibutuhkan dalam merancang proyek. Di bawah ini akan dirincikan estimasi biaya produksi untuk membuat video promosi Pondok Pesantren An- Nuqthah Kota Tangerang:

Tabel 8. *Budget* Produksi Media

No	Kebutuhan Produksi	Keterangan	Jumlah	Hari / Bulan	Biaya Produksi
1.	Survey Lokasi	-	1 orang	2 hari	@ Rp.20.000 1 org x 2 hari = Rp.40.000
2.	Konsumsi dan Transportasi	Beli	1 orang	3 Hari	@ Rp.30.000 x 1 org x 3 hari = Rp. 90.000
3.	Jasa pilot drone dan alat drone	Sewa jasa dan alat	1 orang	1 Hari	Rp. 700.000
4.	Jasa Dubber	Jasa	1 orang	2 Hari	@150.000 x 1 org x 2 hari = Rp.300.000
5.	Talent	Jasa	2 orang	1 Hari	@ Rp.150.000 x 1 hari x 2 orang = Rp.300.000
6.	Laptop Asus Vivo Book Flip 14	Milik pribadi	1 pcs	4 bulan	-
7.	Kamera Sony a6400	Sewa	1 pcs	2 Hari	@ Rp.400.000 x 2 hari

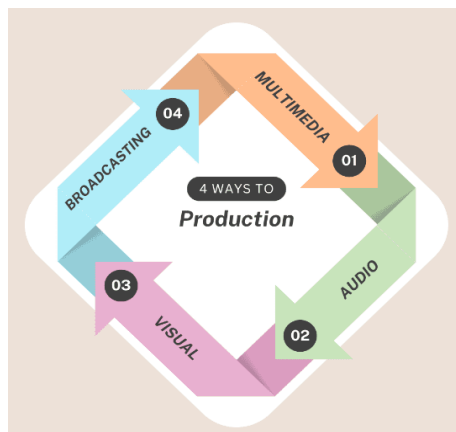
8.	Lensa <i>Viltrox 20mm F2.8 For Sony FE E-Mount</i>		1 pcs	2 Hari	= Rp.800.000
9.	Lensa <i>Sigma 30mm F1.4 for Sony</i>		1 pcs	2 Hari	
10.	<i>Tripod Excell</i>	Milik sendiri	1 pcs	2 Hari	-

10. Peralatan

Peralatan yang dibutuhkan dalam perancangan video promosi pada Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang adalah: *Laptop Asus Vivobook Flip 14, Kamera Sony a6400, Lensa Sigma 30mm F1.4 For Sony, Lensa Viltrox 20mm F2.8 For Sony, Sandisk Extreme Pro 64GB, Tripod Excell, Hard Disk Rx 7 256 GB, Adobe Illustrator CS6, Mic Boya BY- MM1, Adobe Premiere Pro CC 2019, Drone DJI Mavic Pro, dan DVD.*

3.2. Production

Proses produksi dalam pembuatan video mencakup berbagai kegiatan yang berlangsung setelah praproduksi dan sebelum pasca produksi, dengan kolaborasi antara *talent* dan *crew*. Tahap ini menyelesaikan pra produksi melalui *script* dan *storyboard* yang telah disiapkan sebelumnya.



Gambar 11. Tahap *Production*

1. Perencanaan Multimedia

Perencanaan multimedia adalah proses mengintegrasikan berbagai komponen seperti teks, gambar, suara, video, dan animasi untuk menciptakan konten dinamis dan interaktif. Perancangan multimedia untuk video promosi pondok pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang menggabungkan unsur suara, gambar, dan teks.

2. Perencanaan *Audio*

Perencanaan *audio* merupakan rancangan *audio* yang dapat menjelaskan makna dari video yang ditampilkan.^[13] *Background music* atau efek suara dapat menciptakan suasana yang sesuai dengan tema video. *Background* yang dipilih untuk video promosi ini menggunakan *music non copyright* yang berjudul “*A new day* dan *MA Saltonbria The Path to The Stars*”. *Background* tersebut dipilih karena cocok dengan video yang ingin disampaikan.

3. Perencanaan *Visual*

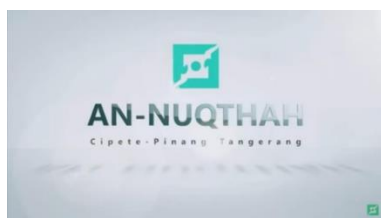
Perencanaan *visual* bertujuan untuk menata gambar secara terarah dalam sebuah video, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih kuat.^[14] Program *visual* dalam perancangan video promosi pondok pesantren An-Nuqtah Kota Tangerang menggunakan beberapa aplikasi yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2019* dan *Adobe Illustrator CS6* untuk menciptakan *visual* yang menarik.

4. Perencanaan *Broadcasting*

Perencanaan *broadcasting* yang matang dengan memilih *platform* yang tepat, menentukan waktu tayang yang strategis, dan menggunakan metode distribusi yang efektif, pondok pesantren dapat meningkatkan visibilitasnya dan menarik lebih banyak calon santriwan/wati untuk mendaftar. Video promosi ini akan dipublikasikan melalui *platform Youtube* resmi pesantren yaitu “AN-NUQTHAH TV”, *Instagram* “@annuqthahtv”, dan melalui *Tiktok* “@annuqthahtv”.

Program *Visual*

Program *visual* dalam perancangan video promosi pondok pesantren An-Nuqtah Kota Tangerang menggunakan beberapa aplikasi yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2019* dan *Adobe Illustrator CS6* untuk menciptakan *visual* yang menarik. Berikut adalah visualisasi dari perancangan media video sebagai sarana promosi penerimaan santri baru pada Pondok Pesantren An-Nuqtah Kota Tangerang:



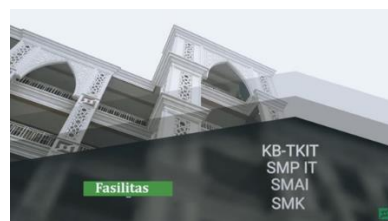
Gambar 12. *Scene 1/ Menampilkan opening bumper Pondok Pesantren An-Nuqtah*



Gambar 13. *Scene 2/ Menampilkan video motion graphic Visi Misi Pondok Pesantren An-Nuqtah*



Gambar 14. *Scene 3/ Day/ Int/ Medium Long Shot/ Menampilkan video kegiatan*



Gambar 15. *Scene 4/ Menampilkan video motion graphic fasilitas gedung sekolah KB-TKIT LEBAH, SMP IT, SMAI dan SMK Pondok Pesantren An-Nuqtah*



Gambar 16. *Scene 5/ Menampilkan video motion graphic fasilitas*



Gambar 17. *Scene 6/ Day/ Ext/ Medium Shot/ Menampilkan video informasi pendaftaran Pondok Pesantren An-Nuqtah*



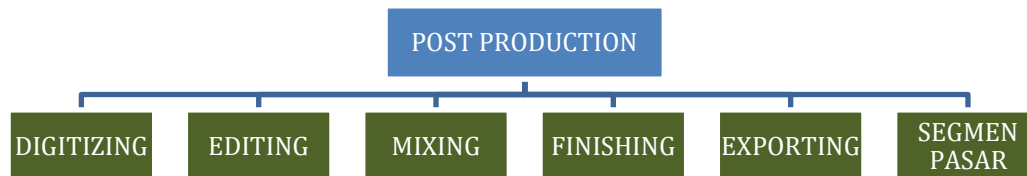
Gambar 18. *Scene 7/ Day/ Int/ Medium Shot/* Menampilkan video tujuan yang akan dicapai dari Pondok Pesantren An-Nuqthah



Gambar 19. *Scene 8/* Menampilkan *credit title*

3.3 Post Production

Post production merupakan bagian akhir dari proses produksi video meliputi penyuntingan dengan memadukan hasil rekaman menjadi cerita yang utuh.^[15] Oleh karena itu, diperlukan serangkaian proses *finishing* video seperti pengeditan gambar, penambahan judul, efek khusus, dan musik latar. Tahapan yang diperlukan saat proses *post production* meliputi *digitizing, editing, mixing, finishing, exporting, dan analisis segmen pasar.*

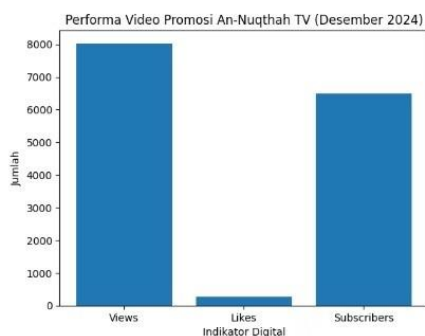


Gambar 20. *Post Production*

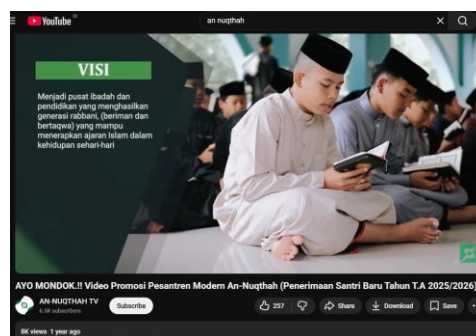
1. *Digitizing*
Digitizing merupakan proses mengonversi rekaman video ke dalam format digital, memungkinkan pengolahan dan distribusi dengan mudah. Proses ini penting dilakukan segera untuk meninjau ulang hasil video dan memaksimalkan risiko kehilangan data karena masalah kartu memori.
2. *Editing*
Editing merupakan proses menggabungkan *footage* video dengan beberapa elemen penting seperti penyesuaian, pemotongan video, *color grading* dan pengaturan gambar sesuai kebutuhan. Pembuatan video menggunakan *software Adobe Illustrator CS6* dan *Adobe Premiere Pro CC 2019*.
3. *Mixing*
Mixing dalam video promosi menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2019*. Proses ini termasuk sinkronisasi *voice over*, penyesuaian volume, penggunaan efek pada musik latar, dan penyempurnaan kualitas *audio*.
4. *Finishing*
Finishing adalah tahap akhir produksi dimana berbagai elemen dikombinasikan dan disempurnakan untuk mencapai hasil akhir yang sesuai. Pengecekan kembali dilakukan untuk memastikan *file* sesuai dengan sinopsis, konsep *audio* dan video, serta tahap *rendering* untuk mengubah *file editing* menjadi *file* video yang dapat diputar.
5. *Exporting*
Exporting adalah tahap akhir proses produksi video, setelah berhasil di *render* dan di *export* dengan AVI dan 1080 sehingga video yang berhasil di *export* nantinya akan dibagikan ke *platform* resmi pondok pesantren An-Nuqthah yaitu *Youtube "AN-NUQTHAH TV"*, media sosial yaitu *Instagram* dan *Tiktok "@annuqthahtv"*.
6. Segmentasi Pasar
Segmen pasar video promosi pondok pesantren An-Nuqthah adalah Orang tua, calon santriwan/wati baru, alumni, siswa/i transfer atau pindahan, relasi dan masyarakat umum khususnya di daerah Kota Tangerang dan sekitarnya.

Pengukuran Dampak

Berdasarkan data, jumlah penerimaan santri baru Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang menurun menjadi 423 santri pada tahun 2024. Video promosi ini akan membantu Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang dalam memperluas jangkauan untuk memberi informasi kepada masyarakat.



Gambar 21. Grafik Analisis Performa Video Promosi Pondok Pesantren An-Nuqthah



Gambar 22. Video *YouTube* “AYO MONDOK!! Video Promosi Pesantren Modern An-Nuqthah (Penerimaan Santri Baru Tahun T.A 2025/2026)”

Sumber: (Youtube “AN-NUQTHAH TV”)

Dalam meningkatkan jangkauan promosi, video tersebut diimplementasikan pada 8 Desember 2024 melalui *platform YouTube* “AN-NUQTHAH TV”. Hingga saat ini, video tersebut memperoleh 8.023 views dan 257 likes. Untuk *platform* sosial media lainnya memiliki rata-rata *engagement rate* 1.66% di *Instagram* “@annuqthatv” dan 5.24% di *Tiktok* “@annuqthatv”. Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan jangkauan informasi dan ketertarikan calon pendaftar.

4. KESIMPULAN

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pondok pesantren An-nuqthah Kota Tangerang yaitu dengan menggunakan media video ini dalam setiap kegiatan promosi Penerimaan Santri Baru, untuk menjelaskan secara komprehensif tentang pondok pesantren. Serta di publikasikan melalui *Youtube* “AN-NUQTHAH TV” dan *Instagram* serta *Tiktok* “@annuqthatv”. Target yang ingin dicapai oleh pondok pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang melalui perancangan media video promosi ini adalah dapat membantu bagian Penerimaan Santri Baru dalam berbagai kegiatan promosi, serta dapat menyampaikan informasi lengkap dan terkini tentang pondok pesantren, sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, terdapat saran yang diberikan yaitu agar pihak Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang dan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan konsep video berbasis MDLC dengan lebih inovatif dan menarik. Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang juga disarankan untuk memperluas jangkauan pemasarannya melalui *platform* media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *Tiktok*. Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang juga dapat menggunakan video promosi ini untuk presentasi penerimaan santriwan/wati baru, pertemuan dengan orang tua/wali dan kegiatan promosi pesantren lainnya. Adapun batasan penelitian ini terletak pada fokus objek yang hanya mencakup Pondok Pesantren An-Nuqthah Kota Tangerang dengan media promosi berupa video dengan metode MDLC. Untuk arah penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk merancang video promosi dengan analisis dan target pemasaran yang lebih rinci. Dengan demikian, diharapkan jumlah penerimaan santri yang bergabung meningkat secara signifikan setiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Sahputra and D. Suksesiwaty Lubis, “Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta”, *jmp*, vol. 12, no. 1, pp. 988-996, Jun. 2023.
- [2] Yuliadi, Mahsun, and M. Adami, “Rekayasa Video Profile Sebagai Media Promosi Stmik Syaikh Zainuddin Nw Anjani Menggunakan Teknik Videografi: Rekayasa Video Profile Sebagai Media Promosi Stmik Syaikh Zainuddin Nw Anjani Menggunakan Teknik Videografi”, *JINTEKS*, vol. 2, no. 4, pp. 234-237, Nov. 2020.
- [3] I. C. . Tyas, A. A. R. ahman, and A. . Mutiah, “Pelatihan Keterampilan Berbicara Pada Pembuatan Video Promosi Sekolah untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa-Siswi SMK Safinatul Huda Kabat Banyuwangi”, *JH*, vol. 4, no. 5, pp. 1122–1130, Oct. 2024.
- [4] M. . Mudin, G. . Pratidina, and A. A. Kusumadinata, “Bentuk Promosi Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru”, *karimahtauhid*, vol. 2, no. 5, pp. 1520–1531, Sep. 2023.
- [5] L. Sunarya, K. M. Ariyanto, and N. Yuliyanti, “Media Video Sebagai Penunjang Promosi Pada Pondok Pesantren Al-Bayan Rangkasbitung Kabupaten Lebak”, (*Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal*), vol. 2, no. 1, pp. 13-26, Aug. 2020.
- [6] M. P. A. Baqi, A. Ghiffari, M. Rava, and R. Wulandari, “Video Promosi Program Studi TI MAVIB Pada Universitas Raharja Tangerang”, (*Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal*), vol. 5, no. 2, pp. 268-280, Aug. 2024.
- [7] K. S. Lestari, P. R. Ningsih, and M. Febrianto, “Video Profile Sebagai Sarana Promosi Pada Pesantren Tahfizh Daarul Qur’an Tangerang”, (*Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal*), vol. 3, no. 2, pp. 217-229, Aug. 2022.
- [8] M. Puad Abdul Baqi, F. Ramadhoni, K. M. Ariyanto, and A. U. Dillah, “Video Company Profile Sebagai Media Informasi Pada DISINDAGKOPUKM Kota Tangerang”, (*Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal*), vol. 6, no. 2, pp. 215-231, Aug. 2025.
- [9] K. Lestari, S. Hasman, M. Salam, and M. F. Fadil, “Strategi Video Promosi untuk Meningkatkan Pemasaran Pariwisata Villa Saung Benteng Gunung Salak Bogor”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 6, no. 2, pp. 232-247, Jul. 2025.
- [10] L. Sunarya, M. Mustajab, P. Wulandari, and I. Gumilang, “Perancangan Video Promosi Wisata Menggunakan Pendekatan MDLC: Studi Kasus Gunung Dago Bogor”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 6, no. 2, pp. 277-292, Aug. 2025.
- [11] P. A. Sunarya, R. Juwita, M. Salim, and K. Fatima, “Video Profile Sebagai Media Informasi Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tangerang Selatan”, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 6, no. 2, pp. 248-262, Aug. 2025.
- [12] K. Suci Lestari, R. Mardistira, A. Hidayat, and D. Nurjaman, “Media Video Profile sebagai Sarana Promosi PT. Prakarsa Putra Kabupaten Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 2, pp. 159-173, Jun. 2024.
- [13] W. B. Kurniawan, S. A. Irawan, and M. Febian, “Analisis Rancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi di Doulos Phos The Ship Hotel”, *Innovative*, vol. 4, no. 1, pp. 4664–4675, Jan. 2024.
- [14] R. Rosyidah, “Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi dan Promosi dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulangan”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, vol. 2, no. 7, pp. 2528–2534, Sep. 2024.
- [15] M. Surya Kukuh, Paundra Haikal, and Ananda Gusmadana, “Manajemen Post Production Editing pada Film Malam”, *JAS*, vol. 4, no. 2, pp. 341–350, May 2023.