Print ISSN: 2723-1992 | Online ISSN: 2723-200X
MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting
Vol. 7 No. 2 – Agustus 2026, pp. 174-190 https://doi.org/10.33050/mavib.v7i2.4221

Video Promosi Untuk Penerimaan Peserta Didik Baru Sekolah Islam Granada Tangerang

Eka Purnama Harahap[1], Bagus Marsev Ariansyah*[2], Alwan Via Herciano[3], Izdihar Gumilang[4]
[1,2,3,4] Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Raharja, Tangerang, Indonesia
Email: [1] ekapurnamaharahap@raharja.info, ***[2]** **bagus.marsev@raharja.info**,
[3]Alwan.via@raharja.info,[4]izdihar@raharja.info

Rec: 16 Des 2025 | Rev: 19 Mei 2026 | Acc: 10 Juni 2026 | Pub: 5 Agus 2026

Abstrak

Di era modern, persaingan di antara institusi pendidikan semakin ketat, sehingga penerapan strategi promosi yang efektif sangat penting. Jumlah siswa baru di SMPIT dan SMAIT Sekolah Islam Granada menurun. Media cetak dan video promosi sederhana masih digunakan untuk menyebarkan informasi tentang sekolah. Namun, jenis media ini kurang menggambarkan potensi sekolah secara menyeluruh. Tujuan penelitian ini adalah membuat Media promosi berbasis video untuk mendukung Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Proses perancangan video menggunakan metode pengumpulan data, metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dan Konsep Produksi Media (KPM). Hasil penelitian menunjukkan video promosi dapat menggambarkan profil sekolah secara menarik dan interaktif, yang diharapkan dapat meningkatkan minat calon peserta didik baru dan memperkenalkan Sekolah Islam Granada. Kesimpulannya, perancangan video promosi berbasis multimedia terbukti efektif dalam meningkatkan citra dan daya tarik sekolah.

Kata Kunci *- Media Promosi, Video, Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)*

Abstract

In the modern era, competition among educational institutions has become increasingly intense, making the implementation of effective promotional strategies essential. The number of new student enrollments at SMPIT and SMAIT Sekolah Islam Granada has declined. Currently, printed media and simple promotional videos are still used to disseminate information about the school; however, these media are not able to represent the school's potential comprehensively. This study aims to develop video-based promotional media to support the New Student Admission process (PPDB). The video design process employs data collection methods, the Multimedia Development Life Cycle (MDLC), and the Media Production Concept (KPM). The results indicate that promotional videos are able to present the school profile in an engaging and interactive manner, which is expected to increase the interest of prospective students and enhance public awareness of Sekolah Islam Granada. In conclusion, the development of multimedia-based promotional videos is proven to be effective in improving the school's image and attractiveness.

Keywords *- Promotional Media, Video, New Student Admissions (PPDB)*

1. PENDAHULUAN

Di era modern, persaingan antar institusi pendidikan semakin ketat sehingga diperlukan strategi promosi yang efektif. Saat ini ada banyak jenis media promosi, mulai dari media cetak maupun elektronik, tetapi media video, yang memiliki efek visual, visual, dan audio, menyampaikan informasi dengan lebih baik dan terkini, sangat penting untuk strategi promosi.[1]. Video promosi sekolah berperan penting dalam menunjang Penerimaan Peserta Didik Baru

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0).
Copyright (c) 2026 MAVIB Journal. Published by LPPM Universitas Raharja.

(PSBB) dengan menampilkan profil sekolah, visi dan misi, jenjang pendidikan, keunggulan, fasilitas, ekstrakurikuler, serta prestasi secara lebih interaktif. Salah satu lembaga pendidikan yang membutuhkan strategi promosi tersebut adalah Sekolah Islam Granada, yang berlokasi di Jl. Ki Mulud No.20, RT.003/RW.003, Bojong Jaya, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang. Sekolah ini memadukan kurikulum akademik modern dengan nilai-nilai keagamaan serta menyelenggarakan jenjang pendidikan TK IT, SD IT, SMP IT, SMA IT, dan Pondok, didukung oleh fasilitas seperti gedung empat lantai, lapangan olahraga dan serbaguna, klinik UKS 24 jam, laboratorium komputer, bahasa dan IPA, layanan transportasi antar jemput, perpustakaan, sistem keamanan 24 jam dengan CCTV, serta koperasi sekolah.



Gambar 1. Grafik Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun 2022-2024

Berdasarkan wawancara dengan Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum, Bapak Deddy Mahyudi, S.Pd, jumlah penerimaan peserta didik baru (PPDB) SMP IT dan SMA IT Sekolah Islam Granada terus mengalami penurunan, dari 225 siswa pada tahun 2022, menjadi 203 siswa pada 2023, dan 191 siswa pada 2024. Padahal, target penerimaan tahun 2025 ditetapkan meningkat menjadi 300 siswa, terdiri dari 200 siswa SMP IT dan 100 siswa SMA IT.

Selama ini strategi promosi sekolah masih terbatas, hanya melalui media cetak (*booklet* dan *flyer*) serta konten sederhana di website dan YouTube, yang sebatas menampilkan dokumentasi kegiatan singkat tanpa menyajikan gambaran menyeluruh mengenai profil dan keunggulan sekolah. Kondisi ini membuat Sekolah Islam Granada perlu mengembangkan media promosi yang lebih menarik, salah satunya melalui video promosi yang interaktif dan *up to date.*

Video promosi diharapkan mampu menampilkan citra sekolah secara profesional, mencakup keunggulan, fasilitas, serta nilai-nilai Islami, sekaligus memperluas jangkauan informasi melalui kanal YouTube "SMP Islam Terpadu Granada", "SMAITGRANADA TANGERANG", dan akun Instagram "@officialsitgranada". Dengan strategi ini, sekolah dapat lebih mudah menjangkau masyarakat, khususnya di Tangerang dan Jabodetabek, serta meningkatkan minat calon peserta didik baru setiap tahunnya.

Atas dasar tersebut, penelitian ini mengambil judul: "Perancangan Media Promosi Berbasis Video untuk Menunjang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada Sekolah Islam Granada Kota Tangerang."

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 Photoshop CC 2019* 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*

Dalam perancangan media video sebagai sarana promosi penerimaan peserta didik baru (PPDB) Sekolah Islam Granada, menggunakan metode MDLC yang terdiri dari enam tahapan, yaitu:

Table 1. Analisis *MDLC*

MDLC	Deskripsi
Konsep *(Concept)*	Dalam pembuatan video promosi Sekolah Islam Granada Kota Tangerang, konsep menjadi kunci untuk menyampaikan pesan secara jelas dan sesuai tujuan. Konsep ini disusun agar menarik, mudah dipahami, serta relevan bagi calon siswa dan masyarakat. Isi video mencakup profil, visi misi, jenjang pendidikan, keunggulan, fasilitas, ekstrakurikuler, dan prestasi sekolah, dengan tampilan visual yang menarik untuk memikat perhatian calon siswa.
Desain *(Design)*	Storyboard video promosi Sekolah Islam Granada menampilkan sapaan siswa, gedung sekolah, bumper logo, perkenalan sekolah, sejarah, visi misi, jenjang pendidikan, keunggulan, fasilitas, ekstrakurikuler, prestasi, ajakan bergabung, penutup dengan logo, alamat, kontak, dan *credit title*.
Pengumpulan Materi *(Material Collecting)*	Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data melalui observasi dan rekaman video di Sekolah Islam Granada Kota Tangerang. Bahan tersebut diolah menggunakan *Adobe Premiere Pro 2023*, *Adobe Photoshop CC 2015,* dan *Capcut,* dengan pengambilan gambar memakai kamera Canon EOS 200D.
Pembuatan *(Assembly)*	Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data melalui observasi dan rekaman video di Sekolah Islam Granada Kota Tangerang. Bahan tersebut diolah menggunakan *Adobe Premiere Pro 2023, Adobe Photoshop CC 2015, dan Capcut*, dengan pengambilan gambar memakai kamera Canon EOS 200D.
Pengujian *(Testing)*	Setelah video selesai, dilakukan uji coba untuk menilai kesesuaian konsep dan penyampaian informasi. Video kemudian direvisi sesuai masukan Sekolah Islam Granada, diperiksa kembali, lalu didistribusikan melalui berbagai platform media sosial
Distribusi *(Distribution)*	Setelah pengecekan selesai, video promosi didistribusikan melalui Instagram "@officialsitgranada" dan YouTube "Granada Islamic Heritage School Official". Pemanfaatan media sosial ini bertujuan memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan minat calon siswa untuk mendaftar.

Literature Review

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

1. Penelitian yang di lakukan D. I. Desrianti, M. ., and S. Ayuningsih (2023)[2] "Video Sebagai Media Promosi Taman Santap Rumah Kayu Serpong Kota Tangerang". Media promosi ini dibuat untuk memberikan informasi terbaru tentang Taman Santap Rumah Kayu.
2. Penelitian yang di lakukan M. A. Baqi, dkk (2023)[3] "Media Video Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada Universitas Raharja". Tujuan penelitian ini adalah untuk menarik siswa baru ke Universitas Raharja untuk melanjutkan pendidikan mereka. Analisis ini membahas manfaat media video sebagai teknologi yang memungkinkan masyarakat mengetahui tentang fasilitas dan keunggulan Universitas Raharja melalui video promosi, menarik perhatian siswa baru.
3. Penelitian yang dilakukan Supriati, dkk (2025)[4] "Strategi Promosi Klinik Kecantikan Emyel Aesthetic Melalui Media Video dengan Pendekatan MDLC". Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih inovatif serta menghasilkan video promosi dengan konsep yang menarik dan mudah dipahami oleh khalayak umum.
4. Penelitian yang dilakukan N. S. R. Rais, dkk (2025)[5] "Pengembangan Media berbasis Video Sebagai Alat Promosi Untuk Rumah Makan Padang Payakumbuh Menteng pada

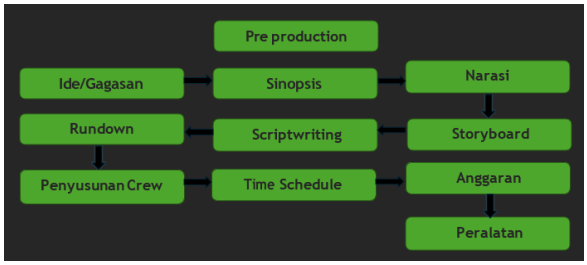
PT Rasa Muda Makmur". Bertujuan untuk menyajikan informasi yang komprehensif mengenai profil, menu makanan dan minuman, layanan, fasilitas, keunggulan, serta rangkaian kegiatan selama acara pembukaan.

5. Penelitian yang dilakukan M. Abdul Baqi, dkk (2025)[6] "Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang". Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi yang lebih inovatif dan informatif guna meningkatkan minat klien, konsumen, serta masyarakat umum terhadap PT Aserindo Cahaya Gemilang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Pre Production*

Pra-produksi merupakan tahap perencanaan yang meliputi beberapa proses, antara lain penentuan ide, pembuatan sinopsis, penyusunan narasi, pembuatan sketsa atau storyboard, penulisan naskah, penyusunan rundown, penentuan kru yang terlibat dalam proses produksi, penyusunan jadwal, penetapan anggaran, serta persiapan peralatan yang akan digunakan dalam produksi media profil.[7] Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan sebelum produksi:



Gambar 2. *Pre Production*

1. Ide atau gagasan

Pembuatan ide atau gagasan untuk digunakan dalam sebuah video merupakan langkah pertama dalam proses pra-produksi. Konsep yang dibuat harus kreatif dan efektif. Gagasan atau ide ini kemudian disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pihak yang berwenang. Untuk membuat video promosi untuk menunjang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada Sekolah Islam Granada Kota Tangerang, dibutuhkan konsep yang tepat. Konsep ini akan mencakup informasi mengenai Sekolah Islam Granada Kota Tangerang, termasuk profil, visi misi, jenjang pendidikan, keunggulan sekolah, fasilitas-fasilitas, ekstrakurikuler, dan prestasi sekolah di Sekolah Islam Granada Kota Tangerang. Semua informasi tersebut akan disusun dalam konsep video promosi.

2. Sinopsis

Sinopsis disusun sebagai ringkasan cerita yang menampilkan alur keseluruhan pengembangan video profil yang akan dibuat.[8] Berikut adalah sinopsis singkat dari video promosi:

Table 2. *Sinopsis*

Sinopsis
"Diawali dengan menampilkan sambutan oleh siswa dan siswi di area sekolah, dilanjutkan menampilkan beberapa *footage* Gedung sekolah kemudian muncul Bumper Logo Sekolah Islam Granada. Selanjutnya menampilkan lingkungan sekolah serta pengenalan sekolah dengan siswa dan siswi setempat. Setelah itu, menampilkan motion graphic Sejarah Yayasan Granada dilanjutkan *motion graphic* visi misi, jenjang Pendidikan, dan keunggulan sekolah. Kemudian menampilkan fasilitas-fasilitas sekolah dilanjutkan Menampilkan *motion graphic* video Ekstrakurikuler. Selanjutnya video ditutup dengan

ajakan siswa dan siswi setempat untuk bergabung ke sekolah dan diakhiri *closing bumper* logo beserta Alamat, sosial media dan kontak".

3. Narasi

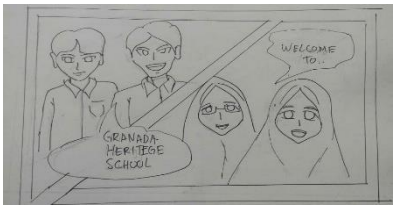
Narasi merupakan susunan gagasan cerita yang bertujuan memudahkan proses sinkronisasi dan penggabungan sesuai dengan alur yang telah ditetapkan, sehingga dapat dilakukan penambahan atau pengurangan bagian narasi sesuai kebutuhan. Berikut ini disajikan penjelasan mengenai desain narasi tersebut..[9] Berikut adalah narasi dari video promosi Sekolah Islam Granada:

Table 3. Narasi

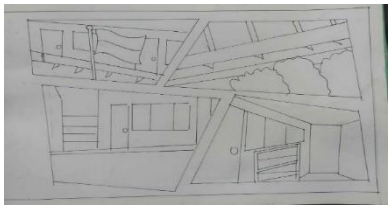
Narasi
"Welcome to Granada Heritage School// Granada/ dengan memiliki Akreditasi A disetiap jenjang pendidikannya/ sekolah ini juga menghadirkan fasilitas yang ada untuk membantu siswa dan siswi belajar// Yuk/ kenalan bersama kami/ apa sih Yayasan Granada itu//dengan tujuan membangun generasi Qur'ani yang cerdas/ terampil/ sholeh/ dan berakhlak mulia// Yayasan Granada juga memiliki visi dan misi/ dengan visi membangun generasi qur'ani/ serta/ misi untuk membentuk penerus bangsa yang berakhlak mulia/ membentuk Aqidah yang kuat/ menjadikan al qur'an dan sunnah Rasulullah sebagai sumber proses pendidikan/ menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran yang berkualitas/ Amanah/ dan profesional// Mengoptimalkan kecerdasan intelektual/ emosional/ dan spiritual peserta didik/ menerapkan pendidikan kepemimpinan// Yayasan Granada juga memiliki berbagai Tingkat jenjang Pendidikan// mulai dari Taman Kanak-kanak/ Sekolah Dasar/ Sekolah Menengah Pertama/ dan Sekolah Menengah Atas/ serta Pondok modern untuk jenjang Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas// Kenapa sih harus memilih kami// Granada sendiri mengadopsi kurikulum berbasis kompetensi terpadu/ serta pembelajaran metode E-Learning/ kami juga sering mengadakan berbagai kegiatan di dalam dan di luar sekolah// Tenaga Pendidik di Granada juga memiliki kualifikasi tinggi/ dengan lebih dari Sembilan puluh lima persen lulusan Strata//Disamping itu kita juga memiliki berbagai macam ekstrakuriluer yang bisa diikuti oleh siswa dan siswi seperti/ Tahfidz Qur'an/ Pramuka/ Taekwondo/ Futsal/ dan lain lain// jadi/ ayo bergabung Bersama kami di Granada Heritage School///"

4. *Storyboard*

Storyboard adalah serangkaian sketsa gambar yang berfungsi sebagai panduan dalam pengambilan gambar. Sketsa ini membantu mengembangkan elemen visual dalam video, memastikan bahwa setiap adegan sejalan dengan alur cerita dan pesan yang ingin disampaikan.[10] *Storyboard* digunakan sebagai panduan dalam pembuatan video promosi Sekolah Islam Granada *:*

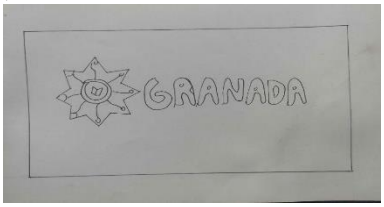


Gambar 3 / *Scene* 1/ *Day/ Int/ Medium Close Up*/ terdapat sketsa yang menampilkan kalimat yang diucapkan oleh talent siswa dan



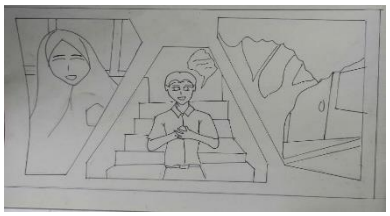
Gambar 4 / *Scene* 2/ *Day/ Ext/ Low angle/* terdapat sketsa yang menampilkan gedung Sekolah Islam Granada dari berbagai

siswi setempat (Welcome to Granada Heritege School).

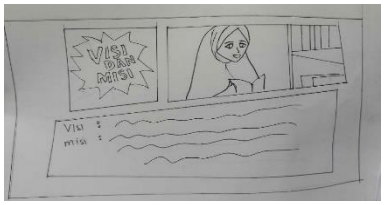


Gambar 5/ *Scene* 3/ terdapat sketsa yang menampilkan bumper opening Logo Sekolah Islam Granada dengan animasi *pop up* dan *sound effect.*

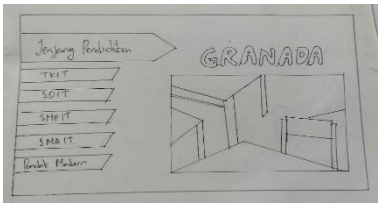
sudut*angle camera*. Mulai dari diluar sekolah sampai di dalam sekolah.



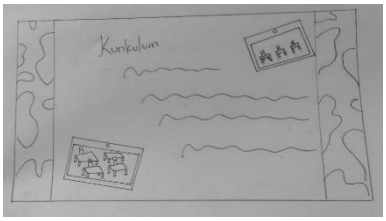
Gambar 6 / *Scene* 4/ *Day/ Int & Ext/ Eye Level*/ menampilkan video perkenalan Sekolah Islam Granada oleh siswa dan siswi setempat secara bergantian dari tempat yang berbeda-beda dan menyisipkan beberapa clip yang ada pada sekolah.



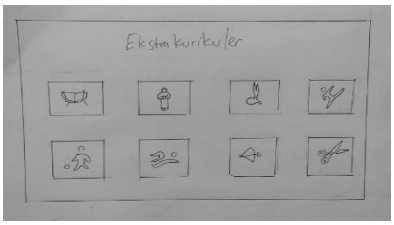
Gambar 7 / *Scene 5*/ terdapat sketsa yang menampilkan *motion graphic* yang menjelaskan Visi Misi Sekolah Islam Granada serta terdapat cuplikan kegiatan talent pada perpustakaan granada.



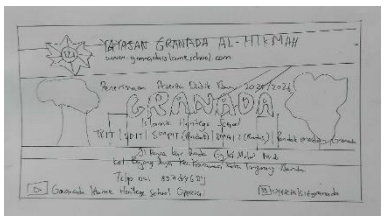
Gambar 8 / *Scene* 6/ menampilkan *motion graphic* Jenjang Pendidikan dari TKIT, SDIT, SMPIT, dan SMAIT serta Pondok Modern dengan cuplikan sekilas ruangan kelas di tiap jenjangnya.



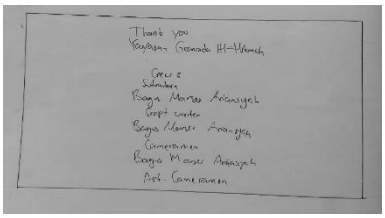
Gambar 9 / *Scene* 7/ terdapat sketsa yang menampilkan *motion graphic* yang menjelaskan keunggulan sekolah mulai dari kurikulum, kegiatan, dan tenaga pendidik.



Gambar 10 / *Scene* 8/ terdapat sketsa menampilkan *motion graphic* Ekstrakurikuler dengan memunculkan
sejumlah foto-foto pada Sekolah Islam Granada.



Gambar 11 / *Scene* 9/ terdapat sketsa yang menampilkan *closing bumper* yang terdiri dari logo, alamat, sosial medial, dan kontak pada Sekolah Islam Granada.



Gambar 12/ *Scene* 10/ terdapat sketsa yang menampilkan *credit title* yang terdiri dari ucapan terimakasih pada Yayasan Granada Al-Hikmah, *crew-crew* yang terlibat pada projek video promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

5. *Script Writing*

Script writing ialah rancangan dari penulisan naskah secara terperinci yang menguraikan urutan dialog dan *audio*.[11] Berikut adalah naskah untuk video promosi Sekolah Islam Granada :

Tabel 4. *Script Writing*

No.	*Visual*	*Audio*
1.	Menampilkan kalimat oleh *talen*t siswa dan siswi setempat (*Welcome to Granada Heritage School*)	*Welcome to Granada Heritage School*
2.	Menampilkan gedung Sekolah Islam Granada	*Music*
3.	Menampilkan *bumper opening* logo Sekolah Islam Granada	*Sound effect*
4.	Menampilkan video perkenalan Sekolah Islam Granada oleh siswa dan siswi setempat	Granada/ dengan memiliki akreditasi A disetiap jenjang pendidikannya/ sekolah ini juga menghadirkan fasilitas yang ada untuk membantu siswa dan siswi belajar// Yuk/ kenalan Bersama kami/ apa sih Yayasan Granada itu//
5.	Menampilkan *motion graphic* Visi Misi Sekolah Islam Granada	Yayasan Granada juga memiliki visi dan misi/ dengan visi membangun generasi *qur'ani*/ serta/ misi untuk membentuk penerus bangsa yang berakhlak mulia// membentuk*Aqidah* yang kuat// menjadikan *al qur'an*dan *Sunnah Rasulullah* sebagai sumber prosesPendidikan//menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran yang berkualitas/ Amanah/ dan profesional// mengoptimalkan kecerdasan intelektual/ emosional/ dan spiritualpeserta didik// menerapkan Pendkepemimpinan//
6.	Menampilkan *motion graphic* Jenjang Pendidikan dari TKIT, SDIT, SMPIT, dan SMAIT serta Pondok *Modern*	Yayasan Granada juga memiliki berbagai Tingkat jenjang Pendidikan// mulai dari Taman Kanak-kanak/ Sekolah Dasar/ Sekolah Menengah Pertama/ dan
7.	Menampilkan *motion graphic* keunggulan sekolah	Kenapa sih harus memilih kami// Granada sendiri mengadopsi kurikulum berbasis kompetensi terpadu/ serta pembelajaran metode *E-Learning*/ kami juga sering mengadakan berbagai kegiatan di dalam dan di luar sekolah// Tenaga Pendidik di Granada juga memiliki kualifikasi tinggi/ dengan lebih dari Sembilan puluh lima persen lulusan Strata

8.	Menampilkan *motion graphic video* Ekstrakurikuler	Di samping itu kita juga memiliki berbagai macam ekstrakuriluer yang bisa diikuti oleh siswa dan siswi seperti/ *Tahfidz Qur'an*/ Pramuka/ Taekwondo/ Futsal/ dan lain lain//
9.	Menampilkan *closing bumper logo*, alamat, sosial media	*Music*
10.	Menampilkan *credit title*	-

6. *Rundown*

Rundown merupakan penjelasan mengenai susunan kegiatan pengambilan gambar.[12] Berikut adalah rundown perancangan video promosi Sekolah Islam Granada Kota Tangerang

Tabel 5**.** *Rundown*

No.	***Scene***	***Location***	***Duration***	**ANIMASI/ *Int / Ext***	***Description***
1.	1	Lapangan Sekolah Islam Granada	00:00:00 – 00:04:06	*Int*	Menampilkan kalimat oleh talent siswadansiswi setempat (Welcome to GranadaHeritage School)
2.	2	Area-area di Sekolah Granada	00:04:07 – 00:14:06	*Ext*	MenampilkangedungSekolahIslam Granada
3.	3	-	00:05:08 – 00:15:07	Animasi	menampilkan *bumperopening* Logo Sekolah Islam Granada dengan animasi *pop up* dan *sound effect.*
4.	4	Area-area di sekolah Islam Granada	00:26:11 – 00:40:00	*Int & Ext*	Menampilkan video perkenalan Sekolah Islam Granada oleh siswa dan siswi setempat
5.	6	Perpustakaan Granada	01:08:29– 01:29:18	Animasi	Menampilkan *motion graphic* Visi Misi Sekolah Islam Granada
6.	7	Area sekitaran granada	01:29:19 – 01:46:02	Animasi	Menampilkan *motion graphic* Jenjang Pendidikan dariTKIT, SDIT, SMPIT,danSMAIT sertaPondok Modern
7.	8	-	01:46:03 – 02:16:03	Animasi	Menampilkan *motion graphic* keunggulan sekolah
8.	11	-	02:49:08 – 03:04:07	Animasi	Menampilkan *motion graphic* video Ekstrakurikuler
9.	14	-	03:15:23 – 03:20:22	Animasi	Menampilkan *closing bumper* logo, alamat, sosial media
10.	15	-	03:20:23 – 03:23:22	Animasi	Menampilkan c*redit title*

7. Kru Produksi

Dalam proses produksi video, diperlukan pembagian tugas yang jelas bagi kru yang terlibat.[13] beberapa peran penting diperlukan, seperti, Sutradara, *Script writer*, *Cameraman, Assistant*

Cameraman, Editor, Talent dan *Dubber* yang akan terlibat dalam proses pembuatan video promosi ini. Berikut adalah susunan *crew* untuk pembuatan video promosi Sekolah Islam Granda Kota Tangerang

Tabel 6. Penyusunan *Crew*

No.	Jabatan	Nama
1.	*Sutradara*	Bagus Marsev Ariansyah
2.	*Script writer*	Bagus Marsev Ariansyah
3.	*Cameraman*	Bagus Marsev Ariansyah
4.	*Assistant Cameraman*	Ahmat Ubai Dillah dan Sadam Jasuma
5.	*Editor*	Bagus Marsev Ariansyah
6.	*Talent*	Arya, Nami, Faika, Bayu
7.	*Dubber*	Angelina Dhea

8. *Time Schedule*

Time Schedule untuk memastikan bahwa setiap tahap produksi dilakukan tepat waktu dan dengan efisiens.[14] Berikut adalah jadwal waktu perancangan video promosi Sekolah Islam Granada Kota Tangerang.

Tabel 7. *Time Schedule*

	Tahapan	Oktober 2024				November 2024				Desember 2024				Januari 2024		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Pre production	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 Prod uctio	*Digitizing*															
	Editing															



9. *Budget* Produksi Media

Anggaran, yang dikenal sebagai budget produksi media, merupakan dana yang dialokasikan selama proses pembuatan suatu proyek.[15] Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada Sekolah Islam Granada Kota Tangerang melibatkan berbagai elemen biaya yang perlu dipertimbangkan untuk memastikan kelancaran produksi dan hasil yang optimal. Berikut adalah beberapa komponen anggaran yang mungkin dibutuhkan dalam perancangan video tersebut:

Tabel 8. *Budget* Produksi Media

No.	Alat Produksi	Keterangan	Hari	Jumlah	Biaya Produksi
1.	*Survey* Lokasi	-	1 orang	3 hari	@ Rp.50.000 X 3 hari = Rp.150.000
2.	Konsumsi dan Transportasi	Beli	1 Hari	3 orang	@ Rp.100.000 x 1 hari x 3 orang = Rp.300.000
3.	*Talent*	Sewa	1 Hari	4 orang	@ Rp.50.000 x 1 hari x 4 orang = Rp.200.000
4.	*Dubber*	Sewa Jasa	1 Hari	1 orang	Rp.100.000
5.	*Camera Canon EOS 200D*	Milik Sendiri	1 Hari	1	-
6.	*Camera Sony A6400*	Sewa	1 Hari	1	Rp. 100.000
7.	Lensa *Canon EF-S 18-55mm IS STM*	Milik Sendiri	1 Hari	1	-
8.	LensaTTArtisan 35mm f1.8 For Sony APSC	Sewa	1 Hari	1	Rp. 100.000
9.	*Memory* Sandisk 64GB 200MB/s	Milik Sendiri	1 Hari	2	-
10.	*Tripod*	Milik Sendiri	1 Hari	1	-
11.	*Laptop* Asus A442U	Milik Sendiri	-	1	-
12.	*Handphone Poco X3*	Milik Sendiri	-	1	-

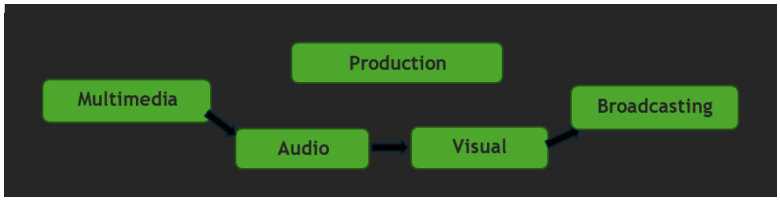
13.	*DVD, case* dan *label*	Beli	1 Hari	- 4 *dvd* - 4 label - 4 *case*	4 Buah DVD RW @Rp.7.000 x 4 =Rp. 28.000*Label* @Rp.2.500 x 4 =Rp.10.000*Case* @Rp.5.000 x 4 =Rp.20.000Total: Rp.28.000+ Rp.10.000+ Rp. 20.000= Rp.58.000
14.	*SSD Patriot 480GB*	Milik Sendiri	-	1	-
15.	*Mic Boya BY-MM1*	Milik Sendiri	-	1	-
16.	*Adobe Premiere Pro 2023*	Milik Sendiri	-	1	-
17.	*AdobePhotoshop CC 2015*	Milik Sendiri	-	1	-
18.	*Capcut*	Milik Sendiri	-	1	-
		Total Biaya			**Rp. 1.008.000**

10. Peralatan yang Digunakan

Peralatan yang digunakan dalam perancangan media promosi berbasis video ini meliputi kamera Canon EOS 200D dengan lensa Canon EF-S 18–55mm IS, kamera Sony A6400 dengan lensa TT Artisan 35mm F1.8, tripod, serta media penyimpanan berupa memori SanDisk 64GB Extreme dan SSD Patriot 480GB. Proses produksi dan pascaproduksi didukung oleh laptop Asus A442U, headphone Poco X3, DVD RW dengan label dan *casing*. Perangkat lunak yang digunakan antara lain *Adobe Premiere Pro 2023, Adobe Photoshop*, dan *CapCut*. Untuk mendukung kualitas *audio* digunakan mikrofon Boya BY-MM1.

3.2. *Production*

Proses produksi dalam pembuatan video mencakup berbagai kegiatan yang berlangung setelah praproduksi dan sebelum pascaproduksi, dengan kolaborasi antara *talent* dan *crew*. Tahap ini menyelesaikan pra produksi melalui naskah *skenario* dan *story board* yang telah disiapkan sebelumnya.



Gambar 13. Production

a. Perencangaan Multimedia

Perencanaan multimedia dalam pembuatan video promosi PPDB Sekolah Islam Granada Kota Tangerang bertujuan menyampaikan informasi profil, visi misi, fasilitas, kegiatan, dan prestasi sekolah secara menarik melalui media sosial. Strateginya menggabungkan teks, grafis, audio, dan video agar lebih komunikatif, sedangkan proses produksinya didukung perangkat lunak seperti *Adobe Premiere Pro, Photoshop*, dan *CapCut* dengan tambahan elemen visual serta audio untuk memperkuat pesan promosi.

b. Perancangan Audio

Perancangan audio dalam video promosi PPDB Sekolah Islam Granada Kota Tangerang berperan penting untuk menciptakan suasana yang menarik dan memperkuat pesan yang disampaikan. *Audio* digunakan sebagai pendukung informasi melalui narasi suara yang jelas, musik latar yang sesuai, serta efek suara untuk menekankan momen tertentu, sehingga video menjadi lebih komunikatif, informatif, dan mampu membangun ikatan emosional dengan audiens. Pada produksi ini digunakan backsound musik seperti *Infraction – Stomps and Claps* dan *Happy and Fun* Ukulele – Neozilla, serta *dubbing/voice over* sebagai penguat pesan promosi

c. Perencanaan Visual

Perencanaan visual pada video promosi Sekolah Islam Granada Kota Tangerang bertujuan menyampaikan informasi sekolah secara menarik, kreatif, dan informatif melalui elemen visual seperti bumper logo, *motion graphic* sejarah, visi misi, jenjang pendidikan, keunggulan, fasilitas, ekstrakurikuler, serta prestasi. Seluruh elemen dikemas sederhana namun elegan agar selaras dengan *audio*, mudah dipahami audiens, serta mampu memperkuat citra sekolah dan menjadikan video promosi sebagai media komunikasi yang efektif antara sekolah dan masyarakat.

d. Perencanaan *Broadcasting*

Perencanaan broadcasting berperan penting dalam memastikan video promosi Sekolah Islam Granada mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada masyarakat, khususnya calon siswa baru. Tujuannya adalah memperkenalkan profil, visi misi, jenjang pendidikan, fasilitas, ekstrakurikuler, serta prestasi sekolah. Strategi yang digunakan yaitu memanfaatkan media sosial populer agar jangkauan lebih luas, sementara program broadcasting difokuskan pada publikasi melalui kanal YouTube Granada Islamic *Heritage School Official* dan akun Instagram resmi @officialsitgranada, sehingga informasi dapat diterima audiens secara cepat, menarik, dan tepat sasaran.

Program Visual

Program visual adalah proses produksi yang dirancang menggunakan *software Adobe Premiere Pro 2023, Adobe Photoshop CC 2015* dan *Capcut* yang akan mendukung dalam pembuatan video promosi Sekolah Islam Granada Tangerang berbasis audio visual.



Gambar 14 / *Scene* 1/ *Day/ Int/ Medium Close Up* / Menampilkan kalimat yang diucapkan oleh talent siswa dan siswi setempat (Welcome to Granada Heritege School).



Gambar 15/ *Scene* 2/ *Day/ Ext/ Low angle/* Menampilkan gedung Sekolah Islam Granada dari berbagai sudut angle camera. Mulai dari diluar sekolah sampai di dalam sekolah.



Gambar 16 / *Scene* 3/ Menampilkan bumper opening Logo Sekolah Islam Granada dengan animasi *pop up* dan *sound effect.*



Gambar 17 / *Scene* 4/ *Day/ Int & Ext/Eye Level/* Menampilkan video perkenalan Sekolah Islam Granada oleh siswa dan siswi setempat secara bergantian dari tempat yang berbeda-beda dan menyisipkan beberapa clip yang ada pada sekolah.



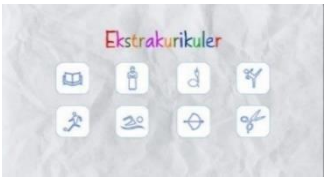
Gambar 18 / *Scene 5*/ Menampilkan *motion graphic* yang menjelaskan Visi Misi Sekolah Islam Granada serta terdapat cuplikan kegiatan *talent* pada perpustakaan granada.



Gambar 19 / *Scene* 6/ Menampilkan *motion graphic* Jenjang Pendidikan dariTKIT, SDIT, SMPIT, dan SMAIT serta Pondok Modern dengan cuplikan sekilas ruangan kelas di tiap jenjangnya.



Gambar 20 / *Scene* 7/ Menampilkan *motion graphic* yang menjelaskan keunggulan sekolah mulai dari kurikulum, kegiatan, dan tenaga pendidik.



Gambar 21/ *Scene* 8/ Menampilkan *motion graphic* Ekstrakurikuler dengan memunculkan
sejumlah foto-foto pada Sekolah Islam Granada.



Gambar 22 / *Scene* 9/ Menampilkan *closing bumper* yang terdiri dari logo, alamat, sosial medial, dan kontak pada Sekolah Islam Granada.



Gambar 23 / *Scene* 10/ Menampilkan *credit title* yang terdiri dari ucapan terimakasih pada Yayasan Granada Al-Hikmah, crew-*crew* yang terlibat pada projek video promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

3.3 *Post Production*

Post-produksi merupakan tahap akhir, di mana seluruh hasil rekaman diolah oleh *editor video* berdasarkan *storyboard* hingga menghasilkan *video final.*. Pada tahap ini, seluruh

footage yang telah diambil sebelumnya dikumpulkan dan di *edit*. Selain itu, kegiatan pemasaran dan distribusi juga menjadi bagian dari proses post production. Tahapan-tahapan dalam post production mencakup *Digitizing, Editing, Mixing, Finishing, Exporting,* serta penentuan Segmen Pasar.

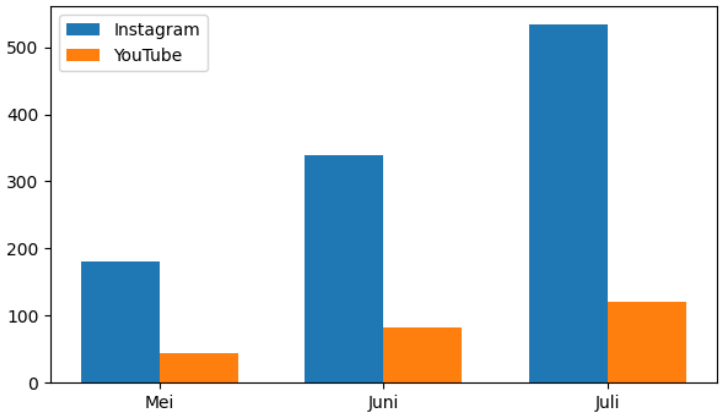


Gambar 24. *Post Production*

1. *Digitizing*
   Pada tahap digitizing, hasil rekaman dari kamera dipindahkan dari media penyimpanan ke komputer, kemudian disusun dalam satu folder yang selanjutnya diimpor ke dalam perangkat lunak editing untuk diproses lebih lanjut.
2. *Editing*
   Pada tahap *editing*, rekaman video diseleksi dan dipotong sesuai dengan *storyboard* yang telah ditentukan sebelumnya. Setelah itu, rekaman-rekaman tersebut diatur dalam timeline untuk membentuk alur cerita secara kasar. Kemudian, desain dibuat menggunakan *Adobe Photoshop CC 2015* dan diubah ke format *PNG*, yang selanjutnya digunakan sebagai elemen *motion graphic* dalam proses editing menggunakan *Capcut.*
3. *Mixing*
   Tahap *Mixing* melibatkan pencampuran video yang telah di edit dengan elemen *audio* seperti *voice over, backsound*, dan *sound effect* menggunakan *Adobe Premiere Pro 2023*. Proses ini menghasilkan video promosi yang lebih menarik dan mudah diterima oleh para calon siswa/i dan masyarakat.
4. *Finishing*
   Tahap *finishing* dalam proses pembuatan video promosi adalah langkah berikutnya, di mana dilakukan pengecekan ulang untuk memastikan bahwa hasilnya sesuai dengan sinopsis. Pada tahap ini, *audio* dan *video* juga diperiksa untuk memastikan kesesuaiannya dengan konsep yang direncanakan. Setelah semuanya sesuai, proses *rendering* dilakukan untuk mengkonversi file hasil *edit* menjadi format video yang dapat diputar menggunakan *video player*.
5. *Exporting*
   Tahap exporting merupakan langkah terakhir dalam pembuatan video promosi Sekolah Islam Granada Kota Tangerang. Pada tahap ini, *Adobe Premiere Pro 2023* digunakan untuk mengekspor proyek yang telah selesai di *edit* sebelumnya. Video promosi ini diekspor dengan kualitas tinggi dan resolusi 1920 x 1080 *HD.*
6. Segmentasi Pasar
   Pada tahap segmen pasar, video promosi Sekolah Islam Granada Kota Tangerang akan diunggah ke platform media sosial, yaitu Instagram “@officialsitgranada" dan *YouTube* Sekolah Islam Granada Kota Tangerang dengan nama "Granada Islamic Heritage School Official". Video ini bertujuan untuk membantu Sekolah Islam Granada Kota Tangerang dalam menyampaikan berbagai informasi kepada calon siswa/i dan masyarakatt, termasuk profil, visi misi, jenjang Pendidikan, keunggulan sekolah, fasilitas-fasilitas, ekstrakurikuler, dan prestasi sekolah di Sekolah Islam Granada Kota Tangerang.

Hasil Evaluasi

Berikut merupakan data *engagement* media sosial *Instagram* dan *YouTube* selama tiga bulan terakhi.



Gambar 25. Data *engagement* media sosial *Instagram* dan *YouTube*

Tabel 9. Data *engagement* media sosial *Instagram* dan *YouTube*

Bulan	Followers Instagram	Subscribers YouTube	Like Instagram	Views Instagram	Like YouTube	Views YouTube
Mei	180	45	120	2400	35	900
Juni	340	82	210	4200	60	1500
Juli	534	120	340	6800	95	2600

Berikut merupakan hasil jumlah *viewers* serta *feedback* masyarakat terhadap Video Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Sekolah Islam Granada Tangerang yang telah diunggah melalui media sosial *Instagram* dan *YouTube*. Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan interaksi audiens selama tiga bulan terakhir, baik dari jumlah *followers, subscribers, like*, maupun *views* pada masing-masing *platform* media sosial, sebagaimana dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 26. Tampilan awal postingan *Instagram* @officialsitgranada



Gambar 27. Postingan video promosi di *YouTube* Sekolah Islam Granada Tangerang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis perancangan media promosi berbasis video untuk menunjang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di Sekolah Islam Granada Kota Tangerang, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, strategi promosi yang sebelumnya masih terbatas pada media cetak dan konten sederhana di website maupun YouTube belum mampu menampilkan gambaran sekolah secara lengkap dan menarik. Oleh karena itu, dibutuhkan media promosi berupa video yang lebih modern, informatif, dan sesuai perkembangan zaman. Kedua, konsep video promosi dirancang secara kreatif dengan melibatkan siswa sebagai talent, dipadukan dengan musik latar, visual berkualitas *HD* (1920x1080p), dan efek visual yang menarik sehingga mampu meningkatkan daya tarik masyarakat. Ketiga, video promosi ini diharapkan dapat menjadi sarana efektif untuk mendukung kegiatan promosi sekolah, memperluas penyebaran informasi, serta membantu pencapaian target penerimaan peserta didik baru setiap tahun.

Untuk meningkatkan efektivitas promosi, Sekolah Islam Granada disarankan memanfaatkan media video sebagai sarana utama dalam menjelaskan ruang lingkup sekolah secara lebih detail, menarik, dan *up to date*. Konsep video perlu dikembangkan secara inovatif dan kreatif melalui audio-visual maupun animasi, serta menampilkan informasi terbaru sesuai perkembangan sekolah. Selain itu, strategi promosi perlu diperluas dengan memanfaatkan media sosial, YouTube, LCD sekolah, serta berbagai kegiatan promosi agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas dan mendukung pencapaian target penerimaan peserta didik baru.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A. Martono, N. F. Harits, and I. Choirunnisa, "Media Video Promosi D'Masiv Pada PT. Masif Satu Misi", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 4, no. 1, pp. 88-100, Feb. 2023.

[2] D. I. Desrianti, M. ., and S. Ayuningsih, "Video Sebagai Media Promosi Taman Santap Rumah Kayu Serpong Kota Tangerang", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 4, no. 1, pp. 1-11, Feb. 2023.

[3] M. A. Baqi, R. Sedayu, and A. R. Haryanto, "Media Video Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada Universitas Raharja", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 4, no. 1, pp. 36-46, Feb. 2023.

[4] R. Supriati, A. Hidayat, S. ., and S. Widada, "Strategi Promosi Klinik Kecantikan Emyel Aesthetic Melalui Media Video dengan Pendekatan MDLC", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 6, no. 2, pp. 200-214, Aug. 2025.

[5] N. S. R. Rais, N. Andini, M. R. Alfin, and M. A. Alamsyah, "Pengembangan Media berbasis Video Sebagai Alat Promosi Untuk Rumah Makan Padang Payakumbuh Menteng pada PT Rasa Muda Makmur", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 6, no. 2, pp. 184-199, Aug. 2025.

[6] M. P. Abdul Baqi, B. Ramadhan, D. Akbar, and M. Budiarto, "Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada PT. Aserindo Cahaya Gemilang", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 6, no. 1, pp. 91-106, Jan. 2025.

[7] K. S. Lestari, S. Y. Hasman, M. F. Salam, and M. F. Fadil, "Strategi Video Promosi untuk Meningkatkan Pemasaran Pariwisata Villa Saung Benteng Gunung Salak Bogor", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 6, no. 2, pp. 232-247, Jul. 2025.

[8] K. S. Lestari, R. Pratama Akhpa, and S. Yusuf Hasman, "Profile Sekolah Alam Tangerang Mekar Bakti: Pendidikan Berkelanjutan di Kabupaten Tangerang", *(Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal)*, vol. 5, no. 1, pp. 77-92, Nov. 2023.

[9] K. S. Lestari, R. Mardistira, A. Hidayat, and D. R. 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, Aug 2024.

[10] E. P. harahap, L. Miranda and R. Z. Zein, "Media Video Profile Pada Pondok Pesantren Al-Multazam Sepatan Kabupaten Tangerang", MAVIB *Journal*: Jurnal *Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 6, no. 2, pp. 146–159, Aug 2025.

[11] J. L. Putra, E. Fitri, M. Raharjo, and W. E. Pangesti, "Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Adobe Illustrator Pada Panti Asuhan Adinda Cengkareng," Al-Ijtimā J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 4, no. 1, pp. 138–150, 2023.

[12] M. P. A,Baqi, F. Ramadhoni and K. M. Ariyanto, "Video Company Profile Sebagai Media Informasi Pada DISINDAGKOPUKM Kota Tangerang", MAVIB *Journal*: Jurnal *Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 6, no. 2, pp. 215-231,Aug. 2025.

[13] L. Sunarya, S. F. Khatami, and S. M. Ashari, "Media Informasi Berbasis Video UPT PPTP Pada Dinas Perhubungan Kota Tangerang", *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 1, pp. 40–53, Feb. 2024.

[14] L. Sunarya,M.F.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.

[15] K. S. Lestari,S.Y.Hasman and M.F.Salam, "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, Aug2025.