

Perancangan Video Iklan Pesantren *Algebra International Islamic Boarding School* Untuk Meningkatkan Calon Santri

Firaghaida Puspanalla Effendi^{1*}, Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian², Aninditya Daniar³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual/Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
¹firaghaida@gmail.com, ²aileena.dkv@upnjatim.ac.id, ³aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perancangan video iklan sebagai media promosi pada pesantren *Algebra Internasional Islamic Boarding School* yang bertujuan untuk membangun citra pesantren *Algebra IIBS* untuk meningkatkan minat calon santri, dengan proses perancangan video iklan pesantren *Algebra IIBS* ini juga menggunakan pendekatan perancangan berbasis multimedia *development life cycle* (MDLC) bisa membuktikan efektivitas dalam menghasilkan media promosi yang terstruktur dengan melalui 6 tahapan yaitu konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan atau produksi, testing dan terakhir distribusi. Sebagai lembaga pendidikan berbasis Islam, pesantren kombinasi memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan informasi melalui media digital sehingga video iklan ini bisa menempatkan sasaran yang tepat yaitu para orang tua yang memiliki peran dalam menentukan pilihan pendidikan bagi anak-anak mereka. Hasil akhir berupa video iklan yang menampilkan kegiatan santri dengan lingkungan belajar dan guru yang memadai diharapkan video ini bisa menjadi sarana komunikasi visual yang efektif dan informatif di era digital saat ini.

Kata Kunci: *Video iklan, promosi, pesantren*

ABSTRACT

This study discusses the design of a promotional video for pesantren *Algebra International Islamic Boarding School* with the aim of building the institution's image and increasing interest among prospective students. The design process of the promotional video adopts the *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* approach, which has proven effective in producing structured promotional media through six stages: concept, design, material collecting, assembly (or production), testing, and distribution. As an Islamic-based educational institution, the pesantren has significant potential to expand its outreach through engaging digital media. The video is strategically targeted at parents, particularly those who play a crucial role in making educational decisions for their children. The final product is a promotional video showcasing students' activities within a conducive learning environment supported by qualified teachers. This video is expected to serve as an effective and informative visual communication tool in today's digital era.

Keywords: Promotional video, promotion, Islamic boarding school

PENDAHULUAN

Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan islami yang ada di Indonesia, yang mempelajari ilmu agama Islam lebih dalam dan juga mendidik moral serta akhlak yang mulia pada santri. (Fitri & Ondeng, 2022). Menurut peraturan menteri agama No.30 tahun 2020, pondok pesantren adalah sebuah lembaga sosial yang didirikan oleh individu, yayasan atau organisasi kemasyarakatan Islam yang bertujuan untuk mengajarkan nilai keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, dengan mencerminkan ajaran Islam yang *rahmatan lil'alam* yang tercermin dalam sikap rendah hati, dan toleransi

Meskipun pesantren menjadi lembaga pendidikan yang berperan dalam membentuk moral serta akhlak mulia, sebagian masyarakat belum memahami pendidikan pesantren dan masih menunjukkan sikap skeptis terhadap keberadaannya di era modern saat ini. Keraguan orang tua muncul akibat stereotip negatif yang beranggapan bahwa pesantren bersifat tertutup hanya berfokus pada pembelajaran agama tanpa memperhatikan ilmu akademik juga pengembangan minat bakat dan kurangnya perkembangan teknologi dalam pembelajaran.

Berdasarkan hasil survei kuesioner yang disebarakan kepada 102 responden/orang tua di Jabodetabek, sebanyak 73.5% menyatakan bahwa para orang tua lebih memilih pendidikan di sekolah umum dibandingkan melanjutkan pendidikan anak mereka di pesantren, dan sebanyak 40% dari 102 responden/orang tua memilih kekurangan pada pesantren yaitu kurangnya pendidikan akademis yang diajarkan oleh pesantren.

Oleh karena itu hadirilah sebuah pesantren komprehensif (kombinasi) yang menggabungkan pembelajaran pesantren salaf (tradisional) yang mengajarkan kitab kuning dan juga pembelajaran pesantren khalaf (modern) yang menggunakan kurikulum nasional juga menggunakan teknologi pada pembelajarannya (Junaidi et al., 2023). Salah satu pesantren kombinasi yaitu pesantren Algebra *internasional islamic boarding school* yang berada di Kabupaten Bogor tepatnya di Raya Puncak Ujung Tol, Km 71, Simpang Gadog Rt. 001 Rw. 003 Desa Sukamahi, Kec. Megamendung, Kab. Bogor, Jawa Barat. Tepatnya di area pintu gerbang utama arah puncak Bogor, dengan jarak 10 km dari pusat Kota Bogor. Pesantren Algebra IIBS hadir sebagai jawaban untuk berkontribusi dalam memberikan pembelajaran akademik yang menuntun para santri untuk bisa meraih cita-citanya dengan berbekalan ilmu agama yang menjadi penerang para santri dalam meraih impiannya tersebut.

Berdasarkan analisis permasalahan tersebut pesantren Algebra IIBS memerlukan sebuah media promosi, menurut Nugraha & Kurniawan (2023) media promosi merupakan salah satu cara untuk mengkomunikasikan suatu produk, atau bisnis yang bersifat persuasif supaya bisa dikenal oleh masyarakat umum (Khomsah et al., 2024). Diera yang serba digital saat ini media promosi yang diperlukan yaitu sebuah promosi digital seperti video iklan untuk bisa menyampaikan informasi terkait pesantren Algebra IIBS yang mampu mewujudkan impian santri sekaligus menarik minat pendaftar calon santri.

Menurut Arsyad (2011) video merupakan rekaman gambar dalam suatu *frame* yang ditampilkan melalui lensa proyektor sehingga gambar terlihat seperti hidup atau bergerak (Sidik & Wayong Kabelen, 2021) pendapat tersebut serupa dengan dari Dastbaz (2003) bahwa video terintegrasi antara gambar yang bergerak dengan suara (Warsaa & Kabelen, 2023). Menurut Kusumo & Sulartopo (2019) video iklan atau video promosi memiliki tujuan untuk mempromosikan produk atau jasa yang menginformasikan keunggulan dari produk atau jasa tersebut (Sahputra & Suksesiawaty Lubis, 2023).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data berupa studi literatur, wawancara, observasi dan kuesioner, dengan metode perancangan yang diperoleh melalui pendekatan perancangan berbasis multimedia *development life cycle* (MDLC). Menurut Riyanto & Singgih (2015) multimedia *development life cycle* (MDLC) merupakan metode desain yang berguna dalam mendesain berbasis multimedia, dengan 6 tahapan yang diawali dengan konsep (*Concept*) kemudian desain (*Design*), pengumpulan bahan (*Material Collecting*), pembuatan atau produksi (*Assembly*), pengujian (*Testing*) dan terakhir melakukan distribusi (*Distribution*) untuk menghasilkan video iklan sebagai media promosi pada pesantren Algebra IIBS (Chaeriyantama, 2021).

PEMBAHASAN

1. Konsep

Konsep video iklan ini menggunakan strategi komunikasi pada pendekatan aspiratif yang bertujuan untuk membangkitkan harapan, inspirasi serta keinginan *audiens* untuk mencapai suatu keinginan. Melalui *tagline* yang digunakan yaitu “mewujudkan impian dengan ilmu dan iman” yang dapat menjanjikan adanya perubahan positif juga kemajuan dengan menggunakan kata-kata emosional serta inspirasi yang membangkitkan semangat.

Video iklan dengan pendekatan aspiratif serta penggunaan *tagline* ini dapat memberikan solusi terhadap rendahnya minat pendaftar pada pesantren dengan menunjukkan bahwa pesantren bukan hanya tempat belajar tetapi juga sarana dalam meraih impian dan perubahan positif. Melalui pendekatan emosional yang menghubungkan pesantren Algebra IIBS dengan *audiens*, konsep ini lebih efektif untuk menarik minat dan membangun kepercayaan.

2. Desain

pada proses desain ini memerlukan pemikiran kreatif untuk menyusun sebuah konsep yang telah dibentuk menjadi sebuah sinopsis dan kemudian di rangkai dalam *storyline* serta *storyboard*. Menurut Effendy (2014) *storyline* adalah naskah yang dibentuk berupa teks sedangkan *storyboard* adalah sketsa yang akan direalisasikan dalam film juga mempermudah dalam pengambilan gambar (Hendrawan, 2022)

a. Sinopsis

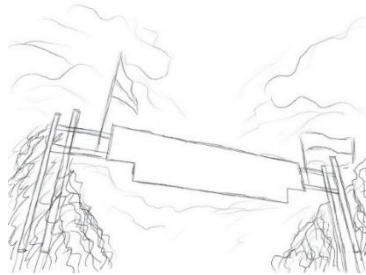
Setiap santri mempunyai impian dan keinginan mereka masing-masing ketika menempuh pendidikan di pesantren. Di setiap ruang-ruang yang mereka gunakan menjadi saksi bisu atas perjuangan dalam mewujudkan impian itu. Namun, untuk bisa merealisasikan impian itu tidak cukup hanya dengan ilmu pengetahuan tetapi diperlukan kekuatan iman yang bisa menerangi impian tersebut. Pesantren Algebra IIBS hadir untuk membantu santri dalam mewujudkan impian melalui ilmu juga iman yang sejalan dan juga pengembangan minat bakat serta pembelajaran *entrepreneur* yang mempersiapkan santri di masa yang akan datang.

b. *Storyline* dan *storyboard*

Tabel 1. Tabel *Storyline* dan *Storyboard*

Scene	Visual	Konten	Durasi
1.		Bumper <i>opening</i> logo pesantren Algebra IIBS <i>Animation : fly in</i> (1,6s) dan <i>fade out</i> (0,4s)	2,23s

2.

**Sound effect :** *remonber**whoos dan glitter sound*

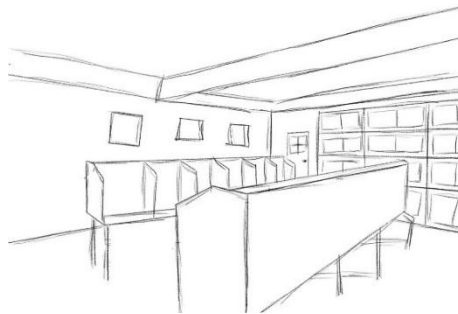
2

Gapura pesantren 3,29s

Algebra IIBS

VO : Setiap langkah kecil adalah awal dari perjalanan besar**Animation :** *fade in*
(0,9s)**Audio :** *Hope piano string***Filter :** berlin

3.



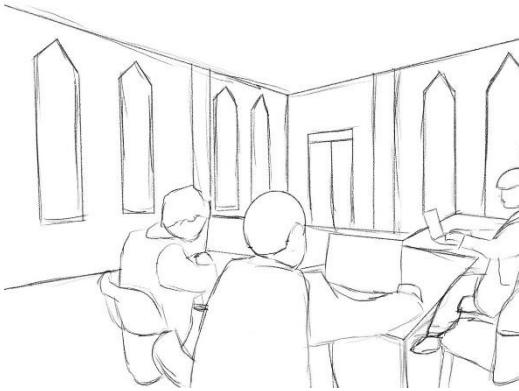
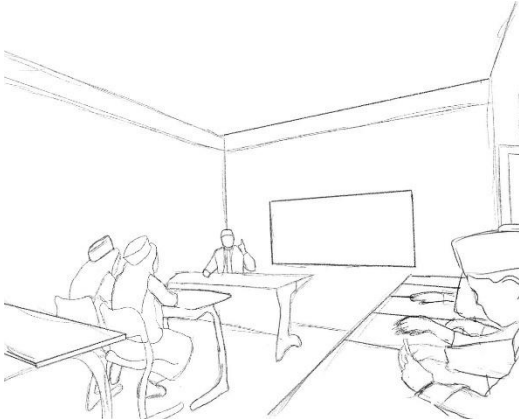
Tempat-tempat di 4,89s

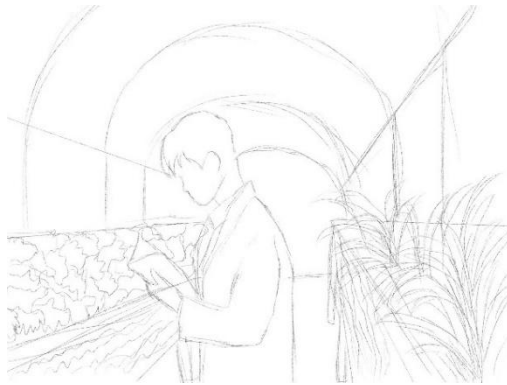
pesantren yang selalu dikunjungi oleh santri

VO : di setiap sudut pesantren menjadi saksi tumbuhnya harapan dan impian**Audio :** *Hope piano string***Filter :** berlin

4.

Santri yang sedang 9,08s belajar

5.  **VO** : Kami percaya, setiap santri memiliki potensi untuk membentuk masa depan yang sukses Dengan ilmu yang akan menerangi dunia.
Audio : *Hope piano string*
Filter : berlin
Lapangan terbuka 5,76s
VO : Namun, ilmu tanpa iman... bagaikan perjalanan tanpa arah
Audio : *Hope piano string (fade out di 2.6s)*
Filter : berlin
5.  **VO** : dan Di sinilah, kami membimbing setiap langkah ilmu itu dengan cahaya keimanan
Audio : *motivation and inspire*
6.  Santri yang sedang berkegiatan ekstrakurikuler dan



pembelajaran

entrepreneur

VO : tidak hanya
dibekali ilmu agama dan
akademik... tetapi juga
keterampilan yang
membangun
kemandirian untuk
persiapan nyata pada
pembelajaran

entrepreneur

Audio : *motivation and
inspire*

Transisi : *Black fade*

7.

Pintu masuk pesantren, 8,84s
bangunan masjid dan
juga gedung pesantren
tempat santri untuk
meraih impian



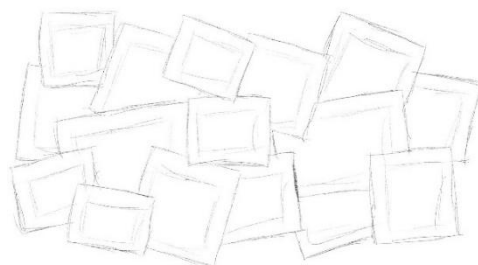
VO : dari sebuah tempat
yang bukan hanya
sekadar pesantren...
tetapi rumah bagi
mereka yang ingin
tumbuh, belajar, dan
berjuang

Audio : *motivation and
inspire*

Transisi : *Black fade*

8.

Foto-foto kegiatan 9,38s
santri



VO : bersama Pesantren
Algebra IIBS wujudkan
cita-cita santri dengan
Mempersiapkan
generasi yang berilmu,
beriman, dan mandiri

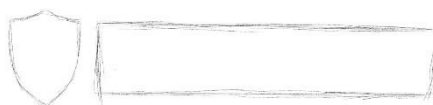
Audio : *motivation and
inspire*

Animation : *zoom out
dan fade out*

Transisi : *black fade*

9.

Logo pesantren Algebra 0,77s
IIBS



Animation : *flip, slide
left dan fade out*

Sound effect : *glitter
sound 2*

Audio : *motivation and
inspire (fade out di 3.1)*

3. Pengumpulan bahan

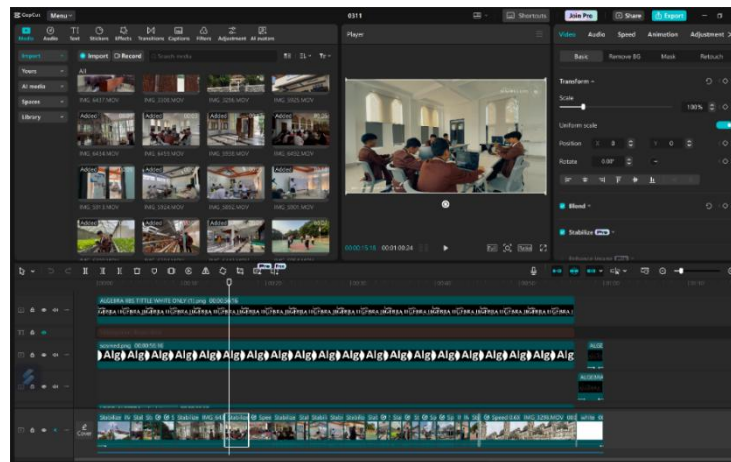
Tahap pengumpulan bahan pada *footage -footage* video kegiatan santi ini dibantu oleh kak bagas selaku tim kreatif Algebra, serta bahan lainnya seperti audio *voice over* dan juga audio *backsound* didapatkan internet yang dapat digunakan secara bebas dan juga gratis.

4. pembuatan atau produksi

pada tahap ini semua bahan yang telah didapatkan kemudian di edit menjadi satu untuk membentuk sebuah video iklan. Pada tahap ini aplikasi *editing* yang digunakan yaitu *Capcut dekstop*, berikut langkah-langkah yang dilakukan pada tahap ini :

- Mengelola *footage* yang didapat kemudian disusun sesuai dengan *storyline* dan *storyboard* yang telah dibuat terlebih dahulu
- Menyelaraskan *voice over* dengan *footage* video juga menambahkan *backsound* dan *sound effect* supaya video menjadi menarik
- Mengatur transisi juga *color grading* serta efek visual pada video supaya video bisa memvisualkan narasi dengan baik

- d. Memasukkan elemen grafis seperti logo pesantren Algebra IIBS, serta informasi media sosial

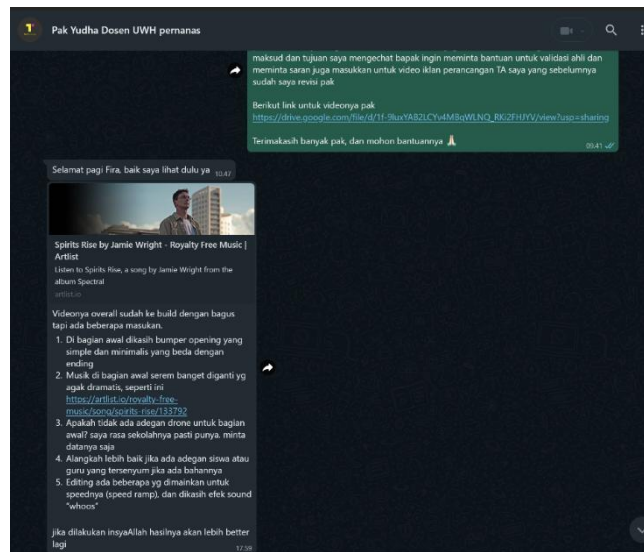


Gambar 1. Proses *Editing* Video
Sumber : Dokumen Pribadi

5. Testing

Pada tahap ini dilakukan untuk melihat adanya kekurangan dalam video iklan yang telah dibuat dan divalidasi oleh pakar ahli untuk mendapatkan saran dan masukan mengenai hasil *editing* video iklan. Testing dilakukan oleh ahli dibidang videografi ataupun pada desain komunikasi visual yaitu Bapak Yudha Delonix Renzina selaku dosen dari program studi desain komunikasi visual di Universitas Hayam Wuruk Perbanas melalui *chat WhatsApp*. Berikut beberapa poin saran dan masukan dari pakar ahli :

- a. Menambahkan bumper *opening* sederhana yang berbeda dengan bumper di akhir video
- b. Mengubah musik di awal supaya tidak terlihat menyeringkan dan diganti dengan musik yang memberikan kesan dramatis
- c. Tambahkan *footage drone*, guru atau siswa yang tersenyum jika ada
- d. Memainkan *speed ramp* pada beberapa video dan juga menambahkan *sound effect* seperti “*whoos*”

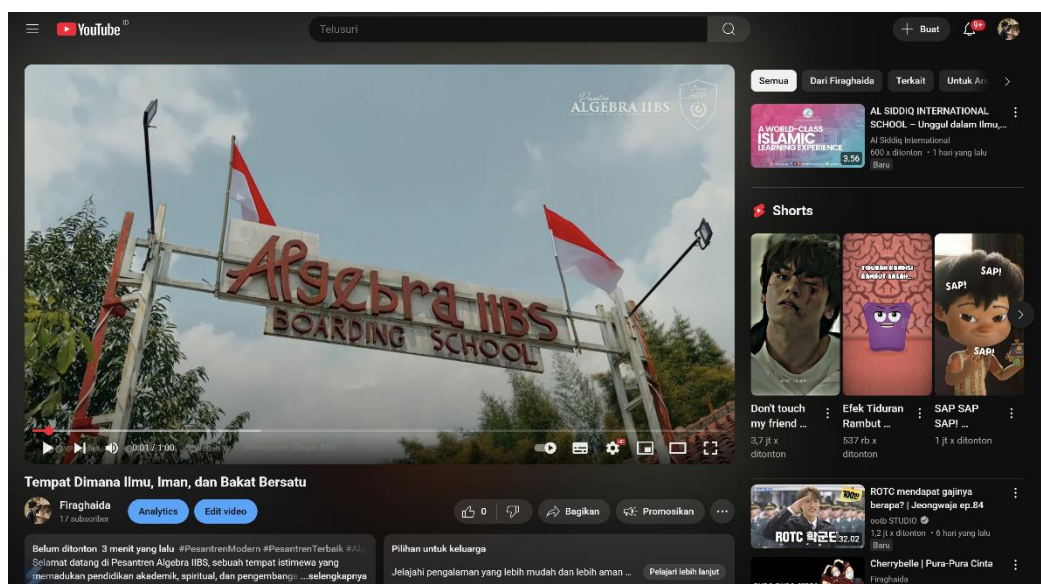


Gambar 2. Tangkapan Layar Validasi Pakar Ahli Pada Video Iklan
Sumber : Dokumen Pribadi

6. Distribusi

Tahap terakhir yaitu distribusi atau publikasi video iklan di internet, dan media yang tepat untuk distribusi video iklan di Youtube yang di mana Youtube salah satu media terbesar untuk bisa mengakses informasi yang bisa dilihat di mana saja dan kapan saja

https://youtu.be/MDU5EDuW7p0?si=fu_A0avifPDdn8hJ



Gambar 3. Tangkapan Layar Hasil Upload Video Iklan
Sumber : Dokumen Pribadi

KESIMPULAN

Perancangan video iklan pesantren Algebra ini merupakan langkah untuk mematahkan stereotip negatif mengenai pesantren sehingga para orang tua tidak perlu khawatir dan meningkatkan kepercayaan untuk melanjutkan pendidikan anak mereka ke pesantren, selain itu video iklan ini juga menjadi cara strategis dalam membangun citra pesantren Algebra IIBS untuk meningkatkan minat calon santri, melalui pendekatan komunikasi aspiratif yang menyentuh serta emosional dan informatif bisa membangkitkan harapan untuk terus meraih impian yang dituju. Proses perancangan video iklan pesantren Algebra IIBS ini juga menggunakan pendekatan perancangan berbasis multimedia *development life cycle* (MDLC) bisa membuktikan efektivitas dalam menghasilkan media promosi yang terstruktur dengan melalui 6 tahapan yaitu konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan atau produksi, testing dan terakhir distribusi. Perancangan ini dilakukan secara urut dan sistematis sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa ditampilkan secara visual dengan narasi yang baik

DAFTAR PUSTAKA

- Chaeriyantama, F. (2021). *PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAHMETRO MENGGUNAKAN METODE MDLC*. 2(2), 154–165.
- Fitri, R., & Ondeng, S. (2022). Pesantren Di Indonesia: Lembaga Pembentukan Karakter. *Al Urwatul Wutsqa: Kajian Pendidikan Islam*, 2(1), 42–54. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/alurwatul>
- Hendrawan, F. (2022). Video Profil Pt. Batugunung Rinjani Jayaperkasa Lombok Timur Sebagai Media Promosi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 6(02), 83–96. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v6i02.872>
- Junaidi, R. A. A., Rama, B., & Yahdi, M. (2023). Lembaga Pendidikan Pesantren di Indonesia: Islamic Boarding School Education Institutions in Indonesia. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman; Vol. 18 No. 2: Juli 2023; 101-107; IQRA JURNAL ILMU KEPENDIDIKAN & KEISLAMAN; Vol 18 No 2: Juli 2023; 101-107; 2615-4870; 0216-4949, 18(2), 101–107*. <https://doi.org/10.56338/iqra.v18i2.3771>
- Khomsah, S. F., Wulandari, S., & Nisa, D. A. (2024). Perancangan Feed Instagram Wisata Sawah Sumber Gempong Mojokerto sebagai Media Promosi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 8(02), 27–38. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v8i02.1007>
- Sahputra, A., & Suksesiwaty Lubis, D. (2023). Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 988–996. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12553>
- Sidik, A., & Wayong Kabelen, N. (2021). video promosi pemandian air panas Banyuwedang di Desa Pejarakan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 5(1), 22–35. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v5i1.630>
- Warsaa, Y. W. S., & Kabelen, N. W. (2023). Analisis Visual Penerapan Brand Equity Pada Video City Branding “Shining Batu.” *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(01), 19–32. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v7i01.915>