

Perancangan *Explainer Video* Universitas Ma Chung Sebagai Inovasi Media Promosi

Sultan Arif Rahmadianto¹, Tegar Andito²

¹Desain Komunikasi Visual/Universitas Ma Chung

²Desain Komunikasi Visual/Universitas Ma Chung

¹sultan.arif@machung.ac.id,²tegar.andito@machung.ac.id

ABSTRAK

Persaingan perguruan tinggi swasta untuk mendapatkan mahasiswa baru sangat ketat. Sebuah perguruan tinggi harus memiliki citra yang baik untuk bisa memenangkan persaingan dalam mendapatkan mahasiswa baru. Universitas Ma Chung merupakan perguruan tinggi swasta yang telah melakukan upaya peningkatan promosi dalam kurun waktu satu tahun terakhir sebagai cara mengenalkan dan membangun citra baik di masyarakat namun strategi yang dipilih masih tergolong umum. Penggunaan strategi promosi umum membuat pembeda antara Universitas Ma Chung dengan perguruan tinggi lain menjadi kurang kuat. *Explainer video* adalah suatu media paling atraktif dalam menjelaskan tentang siapa atau apa yang dikerjakan dan mempromosikan sebuah bisnis dalam satu waktu. Melalui *explainer video* diharapkan Universitas Ma Chung akan lebih mudah dalam melakukan kegiatan promosi. Metode perancangan *explainer video* menggunakan pendekatan kualitatif dan perancangan meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*. Hasil perancangan menghasilkan alternatif media promosi berbentuk *explainer video* dengan tujuan meningkatkan pengenalan dan kesadaran masyarakat terhadap Universitas Ma Chung.

Kata Kunci: Universitas Ma Chung, *explainer video*, media, promosi.

ABSTRACT

Competition of private universities is very tight. A College must have a good image to be able to win the competition in getting new students. Ma Chung University is a private university that has made efforts to increase promotional activities within the last year as a way to introduce and establish a good image in the society but the chosen strategy is still belonged to the general one. The use of a common promotional strategy that made a distinction between elements of the Ma Chung University with other colleges became less strong. Explainer video is a most attractive media in explaining about who or what is being worked on and how to promote a business at a time. Through the explainer video, Ma Chung University will be facilitated in the activities of promotion. A method of designing explainer video used qualitative approaches and design including discovery, script, storyboard, animation, and delivery. The results of the design produce alternative explainer videos promotion media with the aim of increasing societies' recognition and awareness towards University of Ma Chung.

Keywords: Ma Chung University, *explainer video*, media, promotion.

1. PENDAHULUAN

Persaingan perguruan tinggi swasta untuk mendapatkan mahasiswa baru sangat ketat (Tribunjateng, 2017). Sebuah perguruan tinggi harus memiliki citra yang baik untuk bisa memenangkan persaingan dalam mendapatkan mahasiswa baru (Handr, 2010). Branding adalah sebuah proses memperkenalkan merek/nama sampai bagaimana lingkungan memberikan penilaian yang baik pada merek tersebut. Perguruan tinggi yang tidak memiliki citra yang baik akan dilupakan oleh konsumennya yakni mahasiswa dan calon mahasiswa. Surachman (2008) menyatakan branding penting bagi perusahaan untuk menunjukkan nilai produk atau jasa yang ditawarkan ke pasar, namun merek tidak akan

berarti jika tidak memiliki ekuitas yang kuat bagi pasar. Kotler dan Keller (2006) mendefinisikan ekuitas sebagai sejumlah aset dan janji yang berhubungan dengan merek, nama, dan simbol, yang menambah atau mengurangi nilai dari produk atau pelayanan bagi perusahaan atau pelanggan perusahaan. Brand awareness merupakan kemampuan dari seseorang untuk mengenali atau mengingat bahwa suatu merek termasuk ke dalam kategori tertentu. Brand awareness yang baik membantu persepsi pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan suatu merek sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Universitas Ma Chung merupakan PTS yang terletak di Malang yang telah melakukan peningkatan kegiatan promosi dalam setahun terakhir ke berbagai sekolah di Malang maupun di luar Malang. Hal ini dilakukan untuk semakin menjalin hubungan yang baik dengan konsumen atau meningkatkan citra Universitas Ma Chung dan terus meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru setiap tahunnya. Strategi yang telah dilakukan sejauh ini dalam rangka promosi Universitas Ma Chung masih tergolong umum digunakan seperti yang dilakukan oleh universitas lain yaitu melalui penyebaran brosur dan pameran. Penggunaan strategi promosi yang monoton dan sama dengan yang dilakukan universitas lain pada umumnya membuat citra Universitas Ma Chung menjadi kurang kuat karena tidak ada sesuatu yang berbeda yang membedakan antara universitas Ma Chung dengan universitas lainnya. Untuk menghindari permasalahan tersebut perlu adanya inovasi media dalam penyampaian promosi yang lebih menarik, efektif, relevan dan membentuk kesan positif yang ditimbulkan persepsi konsumen, sehingga konsumen merasa Universitas Ma Chung lebih baik dibanding universitas lainnya.

Explainer video menurut Angus (2014) adalah sebuah video yang memfasilitasi suatu institusi/perusahaan untuk tumbuh dan membangun kekuatan persepsi dasar konsumen terhadap suatu brand/merek, produk atau jasa. Video ini menjelaskan tentang siapa atau apa yang dikerjakan dan mempromosikan sebuah bisnis dalam satu waktu. Ini merupakan sebuah jalan yang sangat bagus untuk menarik konsumen yang telah dimiliki, bahkan untuk konsumen baru. Saat ini jumlah waktu yang dihabiskan oleh seseorang pada youtube setiap bulannya lebih dari 6 miliar jam. Ini menunjukkan video sangat penting sebagai media komunikasi. Kemudian segala sesuatu dan siapapun untuk saat ini adalah serba online, dan sebuah *explainer video* termasuk media yang cocok sebagai media komunikasi. *Explainer video* adalah sebuah investasi institusi/perusahaan untuk jangka panjang. Semua orang melihat video online saat ini, investasi ini akan membantu institusi/perusahaan menarik konsumen melalui salah satu media paling atraktif, sebuah alat untuk menarik konsumen untuk dua sampai lima tahun kedepan.

Melalui *Explainer video* Universitas Ma Chung akan dipermudah dalam kegiatan promosi dan branding sehingga manfaat jangka panjangnya adalah meningkatkan brand Universitas Ma Chung dan memperluas konsumen serta meningkatkan mahasiswa baru Universitas Ma Chung. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan alternatif media promosi berupa *explainer video* untuk meningkatkan *awareness* Universitas Ma Chung.

Metode perancangan *Explainer video* menggunakan pendekatan kualitatif dimana proses desainnya menurut Angus (2014) meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*. Metode ini merupakan metode yang umum digunakan untuk menghasilkan sebuah *explainer video* yang efektif. *Discovery* merupakan tahap awal dimana berisi kegiatan pencarian data primer dan sekunder tentang Universitas Ma Chung. Kegiatan ini untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan seperti apa konten yang ingin disampaikan. Tahap selanjutnya adalah analisis data untuk menentukan detail proyek meliputi konsep utama/brief desain, style desain dan durasi waktu. *Script* merupakan tahapan penyusunan script/naskah *explainer videos*, hasil dari script ini pada tahap selanjutnya akan dievaluasi

dan direvisi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari Universitas Ma Chung. Ketika semua telah disetujui maka pada tahap selanjutnya *script* ini akan dikonversi menjadi desain *storyboard*. *Storyboard* ini bertujuan untuk memperjelas *script* yang dirancang sebelumnya dengan konsep visualisasi tampilan sesuai style yang dipilih. Dengan adanya *storyboard* ini mempermudah pihak Universitas Ma Chung untuk memastikan tampilan seperti apa aja yang akan ditampilkan dan bisa memberikan evaluasi dan revisi dengan mudah. Setelah tahapan *storyboard* telah final dan disetujui maka dilakukan tahap selanjutnya. *Animation* merupakan proses desain aset, editing video dan animasi. Hasil *storyboard* sebelumnya dikonversi menjadi desain final dan menganimasikannya menggunakan perangkat komputer dan *software* desain serta animasi. Dalam proses *animation* ini pihak dari Universitas Ma Chung akan dilibatkan untuk memastikan semua konsep sesuai dengan implementasinya. *Delivery* merupakan tahap akhir bahwa produk *explainer video* promosi Universitas Ma Chung telah selesai dan siap untuk di sebar ke konsumen untuk menarik minat dan meyakinkan konsumen tentang kualitas dari Universitas Ma Chung ke berbagai *chanel online* salah satunya adalah youtube.

2. PEMBAHASAN

Berikut penjelasan masing-masing tahapan berdasarkan metode perancangan Angus (2014) yang meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*:

a) Discovery

Tahap awal ini berisi kegiatan pencarian data primer dan sekunder. Untuk data primer didapat melalui wawancara dengan *public relation* Universitas Ma Chung dan dari wawancara tersebut mendapatkan data meliputi: profil Universitas Ma Chung, fasilitas dan lingkungan, keunggulan Universitas Ma Chung, dan kerja samanya. Kemudian untuk data sekunder digunakan untuk memperkuat data primer yang telah didapat diantaranya melalui: website, brosur, dan *identity guideline* sebagai panduan dalam penerapan visual identitas dari Universitas Ma Chung.

Analisis data untuk menentukan detail proyek melalui konsep utama/brief desain:

- **Nama:**
Universitas Ma Chung.
- **Deskripsi singkat profil Universitas Ma Chung:**
Universitas berkualitas, berwawasan global, dan berkarakter.
- **Siapa target audien:**
Siswa SMA/SMK/MA tingkat akhir.
- **Tujuan dari video ini:**
Meningkatkan awareness Universitas Ma Chung dan Meningkatkan jumlah mahasiswa baru.
- **Apa keunggulan utama Universitas Ma Chung:**
 - Lingkungan pendidikan berkualitas dan nyaman.
 - Trilingual (Indonesia, Inggris, dan Mandarin).
 - Sistem pendidikan tinggi yang berkualitas dan berkarakter (12 Nilai Ma Chung).
- **Apa poin utama yang mau diingat audien:**
Universitas berkualitas dan berwawasan global.
- **Apa tone visual Universitas Ma Chung:**

Profesional dan futuristik sesuai identity guideline.

- **Berapa durasi video:**

Maksimal 5 menit.

- **Video Style:**

Live action.

b) Script

Mengupas segala data dan informasi keadaan dan kebutuhan *scene per scene*. Tahapan penyusunan script/naskah *explainer video* berdasarkan konsep utama yang telah dihasilkan. Berikut merupakan contoh naskah *explainer video* Universitas Ma Chung:

01. INTRO. LOGO UNIVERSITAS MA CHUNG

Video bumper Logo Universitas Ma Chung.

CUT TO:

02. EXT. BALAI KOTA MALANG - PAGI

Keindahan Kota Malang terlihat dari alun-alun dan gedung Balai Kota.

CUT TO:

03. EXT. UNIVERSITAS MA CHUNG - PAGI

Keindahan Universitas Ma Chung tampak depan mulai dari pintu masuk dan terlihat gedung Rektorat dan R&D yang khas.

VOICE OVER

Universitas Ma Chung merupakan tempat dimana.

CUT TO:

04. EXT. GEDUNG R&D - PAGI

Keindahan dan kekhasan gedung R&D Universitas Ma Chung.

VOICE OVER

Pengetahuan dan inovasi berkomitmen sejak tahun 2007.

CUT TO:

05. EXT. GEDUNG STUDENT CENTER - PAGI

Keindahan dan kekhasan gedung Student Center Universitas Ma Chung yang memperlihatkan kolam renang yang menawan.

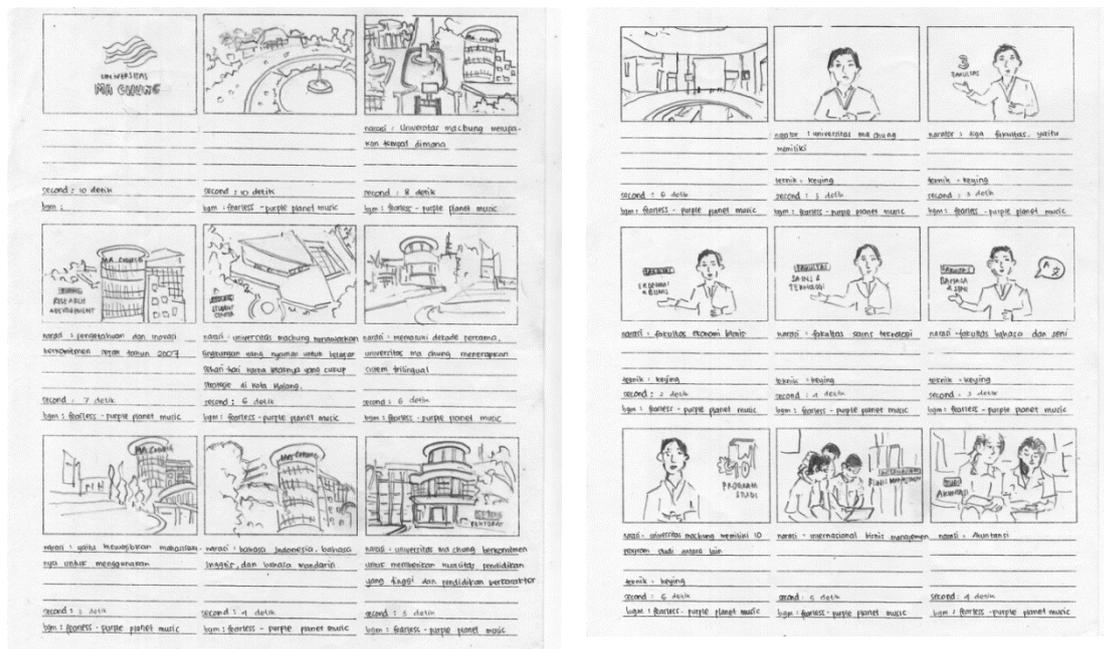
VOICE OVER

Universitas Ma Chung menawarkan lingkungan yang nyaman untuk belajar sehari-hari karena letaknya yang cukup strategis di kota Malang.

CUT TO:

c) *Storyboard*

Setelah pembuatan *script* tahap selanjutnya adalah *storyboard* merupakan visualisasi rekaan yang berbentuk sketsa gambar seperti komik atau perkiraan hasil gambar yang nantinya akan dijadikan pedoman pengambilan gambar oleh operator kamera. *Storyboard* berfungsi memperjelas dan mempermudah teknik pengambilan gambar dan editing. Berikut merupakan hasil storyboard yang telah dibuat:



Gambar 1. *Storyboard explainer videos* Universitas Ma Chung

Berdasarkan *storyboard* Gambar 1. dapat diketahui informasi apa saja yang perlu dipersiapkan pada tahap *animation* meliputi:

- **Lokasi pengambilan gambar:**
Indor dan outdoor: balai kota Malang, gedung R&D, gedung SC, taman rektorat, gedung rektorat, laboratorium teknik industri, MRCPP, laboratorium farmasi, laboratorium kaligrafi, MDC, gedung bakper lobby, kantor HI, ruang kelas, dll.
- **Aset desain:**
Logo Universitas Ma Chung, caption keterangan gambar, aset keying, *transition pack*.
- **Jumlah pemain:**
30 pemain.
- **Sudut pandang kamera:**
Long shot, medium shot, bird view, low angle.
- **Waktu dan durasi:**
Pagi hari dan 4 menit

d) Animation

Pada tahap ini meliputi proses desain aset, editing video dan animasi. Hasil *storyboard* sebelumnya dikonversi menjadi desain final dan menganimasikannya menggunakan perangkat komputer dan *software* desain serta animasi. Dalam proses animation ini pihak dari Universitas Ma Chung akan dilibatkan untuk memastikan semua konsep sesuai dengan implementasinya.



Gambar 2. Tampilan konversi desain storyboard ke desain final scene pembuka.

Pada gambar 2 merupakan proses pembuatan animasi logo Universitas Ma Chung sebagai scene pembuka *explainer video*. Peran *storyboard* disini sebagai acuan peletakan aset desain dan acuan durasi animasi agar hasil animasi sesuai dan tidak memiliki waktu yang berlebihan yang bisa mengganggu *scene* berikutnya. Selanjutnya proses animasi dilakukan dengan memanfaatkan aset desain logo Universitas Ma Chung yang telah dibuat sebelumnya menggunakan *software* animasi yaitu adobe after effect.



Gambar 3. Tampilan konversi desain storyboard ke desain final scene pembuka.

Pada gambar 3 merupakan proses pengambilan gambar dengan menggunakan alat drone untuk menghasilkan sudut pandang *long shot* dan *bird view* sebagai tambahan scene pembuka *explainer video*. Kemudian dari sisi desain visualisasi scene ini dipercantik dengan adanya *caption* berbasis *motion graphic* tentang keterangan tempat. Keuntungan dari pemanfaatan teknik ini adalah memberikan suguhan tampilan yang atraktif dan bisa membentuk persepsi positif pelanggan terhadap kualitas Universitas Ma Chung.



Gambar 4. Tampilan konversi desain storyboard ke desain final scene konten.

Pada gambar 4 merupakan proses editing gambar dengan menggunakan efek *keying* untuk menghasilkan sudut pandang baru dan menarik pada konten *explainer video*. Kemudian dari sisi desain visualisasi scene ini dipercantik dengan adanya caption berbasis motion graphic tentang esensi informasi yang disampaikan. Keuntungan dari pemanfaatan teknik ini adalah memberikan varian tampilan yang berbeda dan bisa membentuk persepsi positif pelanggan terhadap kualitas Universitas Ma Chung.

e) Delivery

Produk *explainer video* promosi Universitas Ma Chung telah selesai dan siap untuk di sebarakan ke konsumen untuk menarik minat dan meyakinkan konsumen tentang kualitas dari Universitas Ma Chung ke berbagai chanel online salah satunya adalah youtube.



Gambar 5. Thumbnail final desain *explainer videos* Universitas Ma Chung.

3. KESIMPULAN

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar berbagai perguruan tinggi khususnya Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Sebuah perguruan tinggi harus memiliki *branding* yang baik dan selalu berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankannya untuk tetap eksis menghadapi persaingan antar-perguruan tinggi yang semakin ketat. Universitas Ma Chung merupakan PTS yang terletak di Malang Jawa Timur dan telah melakukan upaya peningkatan kegiatan promosi namun strategi yang dipilih masih tergolong umum. Strategi yang telah dilakukan sejauh ini dalam rangka promosi

Universitas Ma Chung masih tergolong umum digunakan seperti yang dilakukan oleh universitas lain yaitu melalui penyebaran brosur, pameran, dan sesi *sharing*. Penggunaan strategi promosi yang monoton dan sama dengan yang dilakukan universitas lain pada umumnya membuat *brand* Universitas Ma Chung menjadi kurang kuat karena tidak ada sesuatu yang lain yang membedakan antara universitas Ma Chung dengan universitas lainnya. *Explainer videos* adalah suatu media paling atraktif dalam menjelaskan tentang siapa atau apa yang dikerjakan dan mempromosikan sebuah bisnis dalam satu waktu. Melalui *explainer videos* Universitas Ma Chung akan dipermudah dalam kegiatan promosi dan *branding*. Metode perancangan *explainer videos* menggunakan pendekatan kualitatif meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*. Hasil perancangan ini menghasilkan alternatif media promosi berbentuk *explainer video* dengan tujuan meningkatkan *awareness* Universitas Ma Chung pada target market konsumennya. Manfaat jangka panjang dari penelitian ini adalah meningkatkan *brand* Universitas Ma Chung dan meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Ma Chung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim peneliti mengucapkan terima kasih atas kesempatan yang diberikan oleh Universitas Ma Chung melalui pemberian dana dalam Skema Ma Chung Research Grant (MRG) dengan kontrak Nomor 017/MACHUNG/LPPM-MRG-MAD/II/2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Angus, A.(2014). *The Definitive Guide to Corporate Explainer Video*. US: Switch Video.
- Kotler, P & Keller, K, L. (2006). *Marketing Management*. Chicago: Prentice-Hall.
- Hardr. (2010). *Perguruan Tinggi Haru Memiliki Branding Hadapi Persaingan*. ANTARNEWS.
- Surachman, SA. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek: Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- TribunJateng (2017) Pintu Masuk Kampus Negeri Terlalu Banyak, Perguruan Tinggi Swasta Harus Adu Strategi - Tribun Jateng, TribunJateng.com. Available at: <http://jateng.tribunnews.com/2017/05/22/pintu-masuk-kampus-negeri-terlalu-banyak-perguruan-tinggi-swasta-harus-adu-strategi> (Accessed: 15 January 2019).