

PERANCANGAN KONTEN DIGITAL SMA ISLAM AL-AZHAR 5 CIREBON

Galih Mandala Putra¹, Victor Asih², Kusnadi³, Shafa Puteri Anggraeni⁴

^{1,4}Desain Komunikasi Visual, ^{2,3}Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi,
Universitas Catur Insan Cendekia, Jl. Kesambi No.202, Kota Cirebon, Jawa Barat 45133
e-mail : galih.putra@cic.ac.id¹, victor.asih@cic.ac.id², kusnadi@cic.ac.id³, rainypxtrry@gmail.com⁴

ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi yang pesat, penggunaan konten digital sebagai sarana periklanan menjadi penting, terutama dalam kaitannya dengan lembaga pendidikan. Perancangan ini membahas tentang pengembangan media promosi SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon yang berfokus pada penggunaan konten digital pada platform Instagram.

Berdasarkan literatur dan wawancara dengan berbagai pihak di sekolah, disimpulkan bahwa video profil sebelumnya kurang maksimal dalam menarik minat remaja dan orang tua. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat konsep program video periklanan dan mengembangkan alat periklanan di Instagram dengan menggunakan pendekatan IMC (*Integrated Marketing Communication*).

Konsep ini berfokus pada pembuatan film pendek, e-poster, dan brosur lipat yang dibagikan di platform Instagram. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat calon siswa dan orang tua untuk bergabung dengan SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon. Pendekatan IMC dipilih untuk memastikan koordinasi dan keselarasan antar elemen periklanan yang digunakan sehingga pesan yang disampaikan lebih konsisten dan efektif.

Kata Kunci: Konten Digital, Promosi SMA, IMC

ABSTRACT

In the era of rapid technological developments, the use of digital content as a means of advertising is important, especially in relation to educational institutions. This design discusses the development of promotional media for SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon which focuses on the use of digital content on the Instagram platform.

Based on the literature and interviews with various parties at the school, it was stated that the previous profile videos were not optimal in attracting the interest of teenagers and parents. Therefore, a more efficient approach is needed. The purpose of this research is to conceptualize a video advertising program and develop advertising tools on Instagram using an IMC (Integrated Marketing Communication) approach.

This concept focuses on making short films, e-posters and folding flyers that are shared on the Instagram platform. This aims to increase the interest of prospective students and parents to join Al-Azhar 5 Cirebon Islamic High School. The IMC approach was chosen to ensure coordination and alignment between the advertising elements used so that the message conveyed is more consistent and effective.

Keywords: Digital Content, High School Promotion, IMC.

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi pun berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan teknologi juga dapat dimanfaatkan salah satunya untuk sarana promosi pada lembaga pendidikan. Menurut Kotler & Keller (2016), bahwasannya kegiatan promosi dapat dilakukan sekolah melalui penggunaan saluran komunikasi yang tepat, dapat berperan penting dalam memperkenalkan sekolah, memberikan informasi terkait sekolah, membujuk masyarakat,

serta mengingatkan kembali mengenai penawaran yang sekolah berikan kepada masyarakat luas.

Dalam era digital yang terus berkembang, konten digital dapat memberikan berbagai manfaat dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan partisipasi dalam menjangkau minat remaja dan para orang tua murid untuk menjadi bagian dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.

Sekolah Menengah Atas Al-Azhar 5 Cirebon adalah sekolah Islam yang didirikan oleh Yayasan Pendidikan Islam Putera Bangsa pada tahun 1995, yang bertempat di Jl. Pilang Setrayasa No.31 Cirebon. SMA Al-Azhar 5 Cirebon dibangun diatas seluas 6,5 hektar yang mana terdiri dari gedung sekolah, masjid, dan tempat parkir kendaraan. Sekolah tersebut memiliki keunggulan dan prestasi yang sangat baik meliputi pewayangan yang sudah mencapai taraf nasional, prestasi dalam bidang sains, matematika, informatika komputer, PMR, taekwondo, panahan, serta seni tari tradisional. Penulis melakukan penelitian pendahuluan berupa wawancara kepada kepala sekolah, wakil kepala sekolah, tim *content creator* dan tim MMC (*Multi Media Creative*).

Sarana promosi yang digunakan SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon berkembang dengan pesat. Sarana promosi yang pertama kali digunakan yaitu media cetak untuk mempromosikan sekolah, namun hanya beberapa orang saja yang tertarik. Kemudian sekolah melakukan revolusi dengan menggunakan media periklanan pada televisi, namun hal ini tidak berlangsung lama dikarenakan biaya yang harus dikeluarkan untuk satu kali pembuatan video sangat besar. Melihat hal itu sekolah kemudian mencari alternatif lain untuk meminimalisir biaya produksi, mudah diakses dan memiliki banyak peminatnya, yaitu dengan menggunakan media sosial seperti instagram sebagai media publikasi sekolah terkait informasi, kegiatan pembelajaran, serta prestasi para siswa dalam bentuk video promosi dan poster elektronik. Dengan mempublikasikan video promosi, dan poster elektronik pada instagram sekolah merupakan cara yang paling efektif dalam menjangkau masyarakat agar tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh sekolah.

Berdasarkan wawancara dengan Wakil Kepala Sekolah bidang Kesiswaan, Wakil Kepala Sekolah bidang Hubungan Masyarakat, Tim *marketing* dan Tim *Content Creator* sekolah, diperoleh informasi bahwasannya saat ini sekolah sedang melakukan kegiatan promosi berupa publikasi konten digital kegiatan ini berupa pembuatan video dan poster elektronik pada instagram untuk menjangkau lebih banyak minat remaja dan orang tua agar tertarik untuk menjadi bagian dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon, menurut hasil wawancara terutama kepada tim *Marketing* dan *Content Creator* membutuhkan konten digital yang lebih variatif, sesuai dengan arahan dari pihak sekolah yaitu membuat video profil sekolah dengan *soft selling* yang mana dikemas dalam film pendek dengan tujuan untuk menjangkau lebih banyak peserta didik. Ditambah lagi, di dalam media sosial Instagram, terdapat beberapa video yang menjelaskan tentang profil dari SMA namun dari segi tampilan video kurang dapat menarik minat remaja SMP sehingga peserta didik yang masuk ke SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon jauh dibawah rata-rata peserta didik.

Dari pemaparan diatas maka pada penelitian ini akan berfokus pada pembuatan konsep program video promosi dan pengembangan sarana promosi di instagram menggunakan metode IMC (*Integrated Marketing Communication*), berupa film pendek, elektronik poster dan brosur lipat untuk menjangkau lebih banyak peserta didik.

1.1. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada perancangan konten digital yaitu bagaimana merancang film pendek yang kreatif, komunikatif, dan efektif agar dapat menjangkau lebih banyak minat peserta didik untuk menjadi calon siswa SMA menjadi bagian dari SMA Islam Al – Azhar 5 Cirebon?

1.2. Tujuan Perancangan

Dalam keberlangsungan program pendidikan di era digital ini sangat diperlukan pemasaran terkait informasi dan fasilitas yang ditawarkan lembaga pendidikan melalui media sosial seperti instagram, tiktok, facebook, whatsapp, dan youtube. Hal ini sangat efektif dalam

menjaring peserta didik dalam jumlah yang banyak baik dari daerah tempat lembaga pendidikan tersebut berada maupun diluar daerah. Namun dalam proses promosi masih banyak kendala yang ada sehingga mengakibatkan lembaga pendidikan kurang optimal dalam menerima peserta didik, hal ini juga dialami oleh SMA Islam Al – Azhar 5 Cirebon dimana mereka kesulitan dalam merancang film pendek yang kreatif, komunikatif, dan efektif yang dapat menjaring lebih banyak minat peserta didik. Pada tahun 2023, jumlah peserta didik yang mendaftar ke SMA Islam Al – Azhar 5 Cirebon hanya berkisar 70 siswa saja, dan jumlah tersebut masih bisa berkurang akibat siswa-siswi yang memutuskan pindah sekolah.

Dalam konten-konten *feed* yang dipublikasikan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon menggunakan desain bertema khusus setiap bulannya, namun pada setiap tema desain tersebut baik dari penataan objek, tulisan, dan ornamen pelengkap pada *feed* tidak rapi dan konsisten. Desain menggunakan warna yang bertabrakan seperti warna merah dan biru. Penggunaan warna tulisan pada desain *feed* masih menggunakan warna yang bias atau menyatu dengan latar belakang. Hal ini menyebabkan desain terlihat monoton, sehingga masyarakat tidak dapat menerima pesan atau informasi secara maksimal karena kurang tertarik untuk melihat *feed*. Dalam konten-konten *reel* yang dipublikasikan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon masih memakai konsep video *hard selling* dimana video tersebut berisi tentang penjelasan fasilitas sekolah, atau video perkenalan sekolah, staff, dan pengajar saja. Pengambilan video yang dilakukan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon kurang stabil, dan konsisten. Selain itu, kecerahan warna, dan color grading yang digunakan masih terlalu gelap. Dimana konsep tersebut kurang efektif dalam menjangkau target pasar utama yaitu remaja tingkat SMP.

Berdasarkan analisis pasar untuk target pasar remaja SMP menyukai film pendek, video pendek berisi informasi ekstrakurikuler, perkenalan sekolah, informasi seragam yang mana semua video tersebut dikemas dalam video *soft selling* dengan konsep yang kekinian, video yang stabil, dan tampilan yang segar. Oleh karena itu, masyarakat khususnya remaja di tingkat SMP kurang tertarik untuk melihat video secara keseluruhan sehingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan sekolah tidak dapat tersampaikan secara maksimal.

Penelitian ini akan berfokus pada perancangan konten digital meliputi film pendek yang akan dibagi menjadi 3 bagian dan poster elektronik yang akan dipublikasikan pada akun instagram SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon. Perancangan ini menggunakan teori IMC (*Integrated Marketing Communication*) dimana teori tersebut sangat sesuai dalam perancangan konten digital, agar antara satu konten dengan konten lainnya memiliki kesinambungan yang baik.

Tujuan dari perancangan konten digital berupa film pendek untuk menjaring lebih banyak peserta didik dengan memasukkan informasi sekolah secara *soft selling* terkait sarana prasarana, kegiatan pembelajaran, dan pembiasaan adab yang ada di SMA Islam Al – Azhar 5 Cirebon kepada masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode perancangan yang digunakan yaitu IMC (*Integrated Marketing Communication*) atau komunikasi pemasaran merupakan sarana atau unit bisnis yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan konsumen produk yang mereka jual dengan tujuan untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungan perusahaan dengan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008).

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, dan observasi kepada SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon. Sedangkan, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka (buku, jurnal, dan web), dan dokumentasi yang dilakukan selama proses wawancara, dan observasi ke SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.

Untuk pengumpulan data, penulis menggunakan alat pengumpulan data seperti Ipad, handphone, dan laptop untuk merekam, mengambil gambar, mencari data studi pustaka selama jalannya proses penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis 5W1H dengan menganalisis hasil wawancara yang didapatkan di lapangan. Analisis 5W1H (*what, when, where, who, why, how*) merupakan pertanyaan-pertanyaan yang dapat membantu memecahkan masalah serta memunculkan gagasan atau ide untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi selama penelitian, ditemukan permasalahan bahwa dalam beberapa tahun terakhir ini jumlah peserta didik baru kian menurun, hal ini dikarenakan media promosi yang ada di instagram kurang dapat menarik minat remaja yang menjadi target konsumen utama dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon. Pasalnya, konten yang dipublikasi di instagram SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon selama tiga tahun terakhir ini masih mengusung konsep *hard selling* dengan mempresentasikan sarana prasarana, program, dan ekstrakurikuler yang ada di SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.

Dalam konten-konten *feed* yang dipublikasikan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon menggunakan desain bertema khusus setiap bulannya, namun pada setiap tema desain tersebut baik dari penataan objek, tulisan, dan ornamen pelengkap pada *feed* tidak rapi dan konsisten. Desain menggunakan warna yang bertabrakan seperti warna merah dan biru. Penggunaan warna tulisan pada desain *feed* masih menggunakan warna yang bias atau menyatu dengan latar belakang. Hal ini menyebabkan desain terlihat monoton, sehingga masyarakat tidak dapat menerima pesan atau informasi secara maksimal karena kurang tertarik untuk melihat *feed*. Dalam konten-konten *reel* yang dipublikasikan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon masih memakai konsep video *hard selling* dimana video tersebut berisi tentang penjelasan fasilitas sekolah, atau video pengenalan sekolah, staff, dan pengajar saja. Pengambilan video yang dilakukan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon kurang stabil, dan konsisten. Selain itu, kecerahan warna, dan color grading yang digunakan masih terlalu gelap. Dimana konsep tersebut kurang efektif dalam menjangkau target pasar utama yaitu remaja tingkat SMP, karena remaja kurang tertarik untuk melihat video secara keseluruhan sehingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan sekolah tidak dapat tersampaikan secara maksimal. Hal tersebut didasari oleh analisis pasar dimana untuk target pasar remaja SMP lebih menyukai film pendek, video pendek berisi informasi ekstrakurikuler, pengenalan sekolah, informasi seragam yang mana semua video tersebut dikemas dalam video *soft selling* dengan konsep yang kekinian, video yang stabil, dan tampilan yang segar.

Oleh karena itu penulis merancang konten digital berupa film pendek yang mengangkat tema untuk tidak menilai orang terlalu cepat dari tampilan luarnya tanpa mengetahui cerita dibalikinya, dengan rincian video berupa sarana prasarana, kegiatan pembelajaran, pembiasaan adab sesuai dengan norma islam. Tema tersebut diambil dari isu atau permasalahan yang sedang terjadi di sekitar SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon, masih banyak anak yang berpenampilan kurang sopan sehingga banyak yang salah paham dan menilai mereka adalah anak nakal, oleh karena itu SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon ingin mengajarkan kepada siswa-siswi dan masyarakat bahwa jangan menilai orang sembarangan. Sedangkan media penunjang yang akan dibuat berupa poster elektronik mengusung tema yang sama dengan film pendek, dan brosur lipat (*leaflet*) yang berisi informasi sekolah, program pendidikan, ekstrakurikuler, sarana prasarana, prestasi siswa-siswi, dan pembiayaan yang ada di SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon, serta membuat cenderamata berupa logo SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.

3.1. Penjaringan Ide Desain

Pada perancangan konten digital ini membuat media utama berupa film pendek, dan untuk media penunjang berupa poster elektronik, brosur lipat (*leaflet*), gantungan kunci, dan stiker SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon. Media – media tersebut dibuat untuk menjaring lebih banyak peserta didik SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon, dengan menargetkan remaja yang berada di SMP sebagai konsumen utama, dan tetap dapat dikonsumsi oleh para orang tua.

Konten digital ini berbeda dengan promosi pada sekolah lain yang menargetkan orang tua sebagai konsumen utama. Konten digital berupa film pendek mengangkat tema dari perilaku

seseorang untuk tidak menilai orang terlalu cepat dari tampilan luarnya tanpa mengetahui cerita dibaliknya, dengan rincian video berupa aktivitas siswa-siswi dalam satu harinya di SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon seperti pendisiplinan murid yang terlambat dengan memberikan sanksi membaca Al-Qur'an, kegiatan ibadah, pembelajaran, nilai-nilai islam seperti tolong menolong yang diterapkan dalam keseharian. Sedangkan pada konten digital berupa poster elektronik berisi pesan untuk tidak menilai seseorang dari tampilan luarnya, yang dikemas dalam desain *trendy*, sederhana, dan elegan, dan memuat informasi.

3.2. Tema pokok (Big Idea)

Dalam perancangan konten digital ini, tema video yang akan dibuat, yaitu dengan Judul Video "Inside Me". Tema tersebut diambil dari isu atau permasalahan yang sedang terjadi di sekitar SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon, masih banyak anak yang berpenampilan kurang sopan sehingga banyak yang salah paham dan menilai mereka adalah anak nakal, oleh karena itu SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon ingin mengajarkan kepada siswa-siswi dan masyarakat bahwa jangan menilai orang sembarangan.

1. Pendukung Tema Perancangan

a. Strategi Penyajian Pesan

Strategi penyajian pesan untuk mengingatkan (*reminding*) kepada remaja dan para orang tua terkait kegiatan yang ada di SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.

b. Pengarahan Pesan Visual

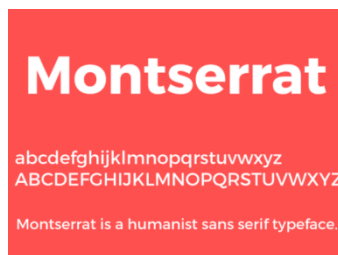
Dalam perancangan konten digital SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon berupa film pendek dan poster elektronik, terdapat beberapa hal yang ingin ditunjukkan sekolah, meliputi citra visual, tipe huruf, tone warna, layout, gaya desain dan gaya visual.

2. Citra visual

Citra visual yang ingin ditampilkan yaitu SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon merupakan sekolah yang mengedepankan ibadah, keteladanan, adab, dan sopan santun sesuai dengan norma islam.

3. Tipe huruf

Pada perancangan konten digital di instagram, pada media utama yaitu film pendek penulis menggunakan font *Arial* untuk *subtitle*. Sedangkan untuk media penunjang yaitu poster elektronik dan brosur lipat (*leaflet*) penulis menggunakan font *Sans Serif* yaitu *Montserrat*. Font tersebut bertujuan untuk mempertegas informasi dari konten digital sehingga konsumen dapat membacanya dengan mudah.



Gambar 1. Font Montserrat

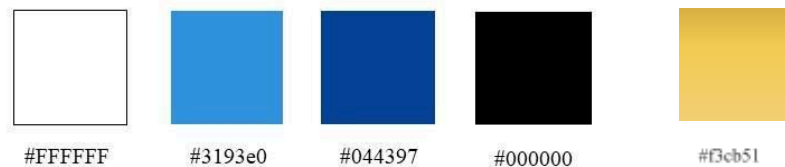
Sumber: [https:// www.dafontfree.co/downloads/montserrat/](https://www.dafontfree.co/downloads/montserrat/)

Arial
AaBbCcDdEeFfGgHhIi
JjKkLlMmNnOoPpQq
RrSsTtUuVvWwXxYyZ
z1234567890!@#\$%^
&*()-=[];',./_+{}:"<>?'\|~

Gambar 2. Font Arial
Sumber: <https://th.bing.com/>

4. Tone Warna

Tone warna yang digunakan pada perancangan konten digital SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon, untuk media utama berupa video, dalam *color grading* menggunakan warna yang cerah dan terang dengan tujuan untuk membangun suasana yang sekolah yang lebih hidup.



Gambar 3. Skema Warna
Sumber: Penulis

Pada media penunjang berupa poster elektronik, brosur lipat (*leaflet*), dan stiker menggunakan warna yang sudah ditentukan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon yaitu biru muda, putih, emas, dan hitam. Penggunaan warna ini agar menghasilkan desain yang segar, dan elegan.

5. Gaya desain

Desain yang digunakan dalam perancangan media penunjang konten digital SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon berupa poster elektronik, berisi informasi sekolah, informasi ibadah, dan prestasi siswa-siswi SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon dengan menggunakan elemen desain yang sederhana dan elegan.

6. Gaya visual

Gaya visual atau ilustrasi visual yang digunakan dalam perancangan media utama konten digital berupa video, meliputi:



Gambar 4. Referensi Visual Video Mengaji
Sumber: Youtube SD Al-Azhar 3 Cirebon

Gambar tersebut merupakan referensi visual dari kegiatan agama yaitu mengaji bersama yang diselenggarakan oleh SD Islam Al-Azhar 3 Cirebon. Kegiatan tersebut diikuti oleh siswa-siswi dan seluruh staff SD Islam Al-Azhar 3 Cirebon. Pengambilan referensi ini melihat dari kesamaan kegiatan yang diselenggarakan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon setiap bulannya.



Gambar 5. Referensi Visual Video Masuk Sekolah
Sumber: Youtube SMA Negeri 1 Kota Cirebon

Gambar di atas merupakan referensi visual dari kegiatan pemeriksaan kerapian seragam, dan kedisiplinan yang dilakukan siswa-siswi terkait peraturan sekolah setiap paginya. Kegiatan tersebut diikuti oleh siswa-siswi dan anggota Osis SMA Negeri 1 Cirebon. Pengambilan referensi ini melihat dari kesamaan kegiatan yang diselenggarakan oleh SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon setiap sebelum jam masuk sekolah hingga bel berbunyi.

3.3. Eksekusi Final Desain

Adapun desain media utama dan media penunjang yang dibuat dalam perancangan konten digital SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon sebagai berikut:

1. Media Utama

a. *Thumbnail*

Adapun *thumbnail* yang dipakai pada film pendek dalam perancangan konten digital SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon sebagai berikut:



Gambar 6. Thumbnail Film Pendek “Inside Me”
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan *thumbnail* yang dipakai pada film pendek SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon berjudul “*Inside Me*”. *Thumbnail* ini menceritakan tentang salah satu anggota Osis yang langsung menilai dan memarahi murid berpenampilan tidak rapi dan tidak mematuhi peraturan sekolah tanpa mempertanyakan terlebih dahulu hal yang telah dia lalui.

b. Poster Elektronik



Gambar 7. Poster Elektronik
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan desain *feed* instagram menceritakan tentang salah satu anggota Osis yang langsung menilai dan memarahi murid berpenampilan tidak rapi dan tidak mematuhi peraturan sekolah tanpa mempertanyakan terlebih dahulu hal yang telah dia lalui.

c. Brosur Lipat (*Leaflet*)



Gambar 8. Brosur lipat halaman depan
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan desain *leaflet* tampak depan dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.



Gambar 9. Brosur lipat halaman belakang
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan desain *leaflet* tampak belakang dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.
d. Gantungan Kunci



Gambar 10. Gantungan Kunci SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan desain cenderamata berupa gantungan kunci dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.

e. Pulpen



Gambar 11. Pulpen SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan desain cenderamata berupa pulpen dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.
f. Stiker



Gambar 12. Stiker SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan desain cenderamata berupa stiker dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon.



Gambar 13. Stiker SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon
Sumber: Penulis

Gambar di atas merupakan desain cenderamata berupa stiker dari SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon, menceritakan tentang salah satu anggota Osis yang langsung menilai dan memarahi murid berpenampilan tidak rapi dan tidak mematuhi peraturan sekolah tanpa mempertanyakan terlebih dahulu hal yang telah dia lalui.

4. KESIMPULAN

Perancangan konten digital SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon ini bertujuan untuk menjangkau lebih banyak minat peserta didik agar dapat mendaftar ke SMA Islam Al-Azhar 5 Cirebon. Perancangan ini menggunakan metode IMC (*Integrated Marketing Communication*) dimana perlu memperhatikan kesinambungan antar rancangan yang dibuat. Perancangan ini menggunakan konsep *soft selling* dengan pengambilan gambar statis dan dinamis, alur cerita berupa permasalahan atau berita terkini yang ada di masyarakat, yang mana konsep tersebut sesuai dengan minat remaja. Melalui hasil akhir dari perancangan konten digital yaitu film pendek, e-poster, dan brosur lipat (*leaflet*) diharapkan dapat menjangkau peserta didik lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apridesain.id. 2021. "Apa itu Tipografi?". Diakses pada 2 juni 2023 dari URL: <https://www.apridesain.id/blog/apa-itu-tipografi>
- Belch, George E. dan Belch, Michael A. (2018). *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Doni, Fahlepi Roma. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, 3 (2), pp. 15-23.

- Fawzi, dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Indonesia: Pascal Books.
- Glints. 2023. Memahami Social Media Marketing, dari Pengertian Sampai Strateginya. Diakses pada 15 Juni 2023 dari URL: <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-social-media-marketing>
- Habibah, Alifia, dan Hidayati, Dian. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di Sma Swasta. *AoEJ: Academy of Education Journal*, 14 (1), pp. 107-123.
- Husna, Jazimatul. (2019). Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital. *ANUVA Jurnal Universitas Diponegoro*, 3 (2), pp. 173-184.
- Kuswantoro. (2016). Analisis Strategi Integrated Marketing Communication Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Lembaga Pendidikan. *Jurnal Kependidikan*, 5 (1), pp. 1-21.
- Monica, dan Luzar, Laura C. Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan. *HUMANIORA*, 2 (2), pp. 1084-1096.
- Sitorus, Christian Pangihutan dkk. (2019). Penerapan Angle Camera Dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita Di Metro TV Biro Medan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4 (2), pp. 137-150.
- Sunarya, Lusyani dkk. (2017). Perancangan Media Promosi Video Profile Pada SMA Negeri 15 Kota Tangerang. *EKSPLORA INFORMATIKA*, 6 (2), pp. 106-114.
- Sunarya, L. (2008). *Diktat Perkuliahan Aplikasi Desain Grafis 2 Company Profile & Coporate Identity*. Tangerang: Perguruan Tinggi Raharja.
- Silviani, Irene, dan Darus, Prabudi. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Indonesia: Scopindo Media Pustaka.
- Wicaksono, H. (2019). Perancangan Konten Video Untuk Pembelajaran E-Learning, Studi Kasus Mata Kuliah Statistik 2, *INFORMASI (Jurnal Informatika dan Sistem Informasi)*, 11 (2), pp. 1-12.