

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL MEDIA PONDOK PESANTREN DARUL MA'ARIF INDRAMAYU SEBAGAI SARANA UNTUK MENCAPAI *BRAND AWARENESS*

Muhammad Ilham Taufiq¹, Kusnadi², Rosy Febriani Daud³, Unang Solihin⁴
^{1,3}Desain Komunikasi Visual, ^{2,4}Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi,
Universitas Catur Insan Cendekia, Cirebon
Kesambi No. 202, Kab. Cirebon, Jawa Barat, Indonesia
e-mail : ilham.taufiq.dkv.20@cic.ac.id¹, kusnadi@cic.ac.id², rosy.daud@cic.ac.id³,
unang.solihin@cic.ac.id⁴

ABSTRAK

Promosi merupakan hal yang penting untuk memaksimalkan pemasaran sebuah produk atau jasa juga dalam menjangkau *awareness* pada konsumen. konten media sosial serta dibarengi dengan promosi *video* salah satu hal yang penting dalam sebuah bisnis dan juga lembaga-lembaga lainnya. Tujuan dari penelitian ini membuat perancangan promosi digital yang diimplementasikan berupa *video* promosi dan *template feed* Instagram serta pendukungnya seperti *template story* Instagram untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) pada masyarakat dan daya tarik calon peserta didik baru. Oleh karena *video* promosi dibuat secara menarik singkat dan informasi semua tersampaikan di dalamnya, dan *template feed* Instagram guna merapikan dan menjadi daya tarik juga. Selain itu penelitian ini menggunakan pendekatan *Integrated Marketing Communication (IMC)* untuk memastikan penargetan yang sesuai sehingga pesan yang ingin disampaikan tercapai dan efektif. Kemudian pada penelitian ini juga menggunakan beberapa *software* yang digunakan yaitu : Capcut dan Coreldraw. Kemudian hasil akhir dari penelitian ini berupa *Video reels*, *template feed Instagram*, *template story*, *template frame reels*.

Kata kunci : IMC, video promosi, *template feed*, media sosial, *brand awarness*

ABSTRACT

Promotion is essential for maximizing the marketing of a product or service and in reaching consumer awareness. Social media content, along with video promotion, is crucial for businesses and other institutions. The aim of this research is to create a digital promotion design implemented in the form of a promotional video and Instagram feed templates, along with supporting elements such as Instagram story templates, to increase public awareness and attract new prospective students. Therefore, the promotional video is made to be engaging, concise, and informative, and the Instagram feed templates are designed to be orderly and attractive. Additionally, this research employs an Integrated Marketing Communication (IMC) approach to ensure appropriate targeting so that the intended message is effectively conveyed. This research also utilizes several software programs, including Capcut and Corel Draw. The final outcomes of this research are in the form of video reels, Instagram feed templates, story templates, and frame reels templates.

Keywords: *IMC, promotional video, feed template, social medi, brand awarness*

1. PENDAHULUAN

Pondok Pesantren darul Ma'arif berdiri pada tahun 2008 di Desa Kaplongan Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu di bawah naungan Yayasan Darul Ma'arif, yang mana mengusung corak pesantren salafi modern. Untuk memaksimalkan strategi *marketing* Pondok Pesantren Darul Ma'arif perlu menerapkan strategi IMC teori Belch sehingga dapat meningkatkan citra serta *awareness* masyarakat banding pondok pesantren yang hanya mengadopsi salafi atau

yang modern saja. Untuk saat ini Pondok Pesantren Darul Ma'arif masih banyak hal yang perlu dikembangkan untuk mengenalkan pesantren kepada masyarakat, salah satunya dalam hal strategi pemasaran. Dilihat dari *website* dan sosial media Pondok Pesantren Darul Ma'arif masih terlihat kurang tertatanya *feed* Instagram dengan baik karena tidak ada penyelarasan desain saat pergantian tim desain dan masih kurang masifnya dalam hal pemasaran di promosi digital menjadikan masih belum banyak yang tahu dengan Pondok Pesantren Darul Ma'arif oleh sebab itu mulai kurangnya calon santri baru yang ingin mendaftar. Oleh karena itu perlu sebuah rancangan promosi digital serta pemasaran agar sesuai target *market* dengan visual yang baik serta konten yang menarik untuk meningkatkan *brand awareness*. Untuk memaksimalkan strategi *marketing* Pondok Pesantren Darul Ma'arif perlu menerapkan strategi IMC teori Belch sehingga dapat meningkatkan citra serta *awareness* masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang penulis gunakan dalam penelitian ini dengan metode perancangan *Integrated Marketing Communication* pada buku "*Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective*" dari Belch dan Belch (2018). Dengan proses perencanaan IMC yaitu *Marketing Strategy And Analysis, Target Marketing Process, Developing a Positioning Strategy, Developing the Marketing Planning Program*.

1. Marketing Strategy And Analysis

Pondok Pesantren Darul Ma'arif mempunyai peluang untuk melakukan pemasaran di wilayah Ciayumajakuning karena belum ada banyak Pondok Pesantren yang memadukan pesantren salafi modern dengan fasilitas yang baik nyaman bersih dan luas dengan biaya yang relevan. Dengan itulah konten akan dibuat.

2. Target Marketing Process

Premier : umur 18 -25 untuk mereka para desainer pondok yang akan melanjutkan memakai template desain.

Sekunder : orang tua siswa dengan usia 35 - 50 tahun dengan cakupan wilayah Indramayu, Cirebon, Karawang dan subang yang ingin menyekolahkan anak ke pondok pesantren. serta berstatus ekonomi sosial menengah keatas.

3. Developing a Positioning Strategy

Mengembangkan strategi penempatan posisi Pondok Pesantren Darul Ma'arif yaitu dengan menyeimbangkan dengan kompetitor dengan desain *feed* Instagram yang rapi, serta akan membuat konten yang lebih variatif yang mana itu menjadi peluang bagi Pondok Pesantren Darul Ma'arif kedepannya.

4. Developing the Marketing Planning Program

Pada tahap ini Pondok Pesantren Darul Ma'arif melakukan promosi yang dengan menunjukkan keunggulan dengan tujuan meningkatnya *awareness* kemudian menjadikan munculnya kemauan untuk mendaftar ke Pondok Pesantren Darul Ma'arif.

Perancangan promosi digital ini salah satunya dengan merancang *template feed* Instagram agar tersusun rapi dan juga video promosi untuk mencapai *awareness* dengan pesan yang akan disampaikan sebagai berikut :

1. Isi Pesan (*What to say*)

Isi pesan yang akan disampaikan adalah keunggulan Pondok Pesantren Darul Ma'arif dengan menjadi tempat pendidikan yang mempunyai fasilitas yang baik, luas, bersih, tertib, nyaman serta menginformasikan sekolah yang ada di pondok baik SMP dan SMA pondok sudah terakreditasi "A", kemudian merapikan susunan *feed* Instagram.

2. Bentuk Pesan (*How To Say*)

Bentuk pesannya adalah berupa video promosi yang akan dipublikasikan dengan Instagram, kemudian menerapkan *template* Instagram untuk merapikan *feed*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Video promosi

Pesan di dalamnya akan ada pesan promosi keunggulan dari Pondok Pesantren Darul Ma'arif serta fasilitas yang lengkap dan baik, dengan perancangan ini ke depannya *awareness* masyarakat akan meningkat dan juga di dalam promosi digital ini akan diperkuat dengan *tagline* Pondok Pesantren Darul Ma'arif “Apa pun Cita-citanya Mondoknya Di Darul Ma'arif “

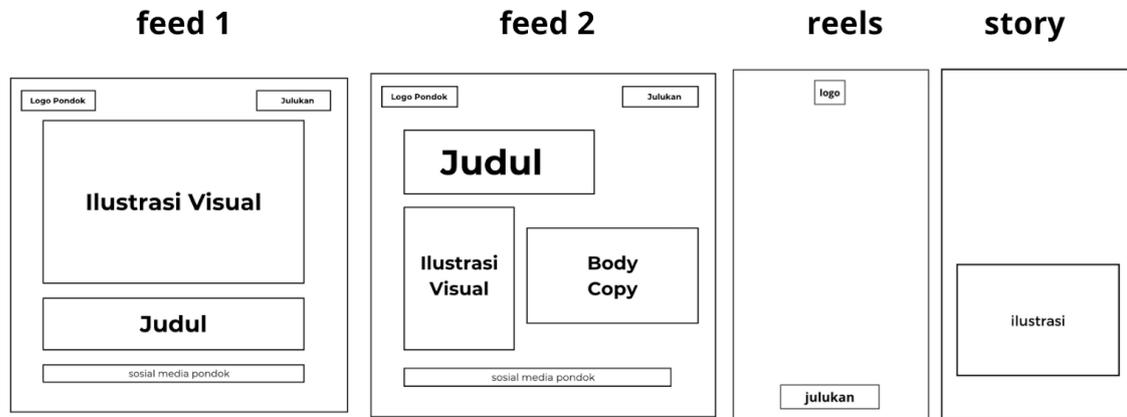
No	Scene	Deskripsi	Script	Ilustrasi Visual	Cast
1	1	Santriwati berjalan ke depan di depan Asrama Putri dengan tangan menunjuk ke bawah	Mau mondok tapi takut nggak nyaman? kenalin nih pondok pesantren Darul Ma'arif.		Satu Santriwati
2	2	Santri memperlihatkan suasana kamar dan juga kamar mandi serta beberapa foto dan juga tulisan	Liat deh fasilitas kamarnya nyaman ber AC dan dilengkapi kamar mandi yang bersih.		Satu Santri
3	3	Memperlihatkan suasana santri sedang belajar mengaji dan sedang latihan pidato	Pondok pesantren Darul Ma'arif adalah pondok salafi modern		Satu kelas Santri
4	4	Memperlihatkan suasana santri sedang belajar kitab kuning dan shot anak sedang belajar menggunakan laptop dan shot suasana kelas yang nyaman	Disini para santrinya belajar kitab kuning serta menggunakan laptop, proyektor, ruang kelas yang nyaman dan juga ber AC loh. oh iya SMP dan SMA disini, juga sudah terakreditasi A loh		Satu kelas Santri
5	5	Pengambilan gambar menggunakan shot drone menunjukkan luas pondok dan shot danau	Dengan halaman pondok yang super luas dan juga dua danau yang indah, dijamin kamu gak bakal bosan disini		Asrama
6	6	Pengambilan gambar memperlihatkan santriwati sedang membawa bola basket kemudian shot berpindah ke orang sedang berolahraga di lapangan bola, futsal, tenis dan basket	Nggak perlu khawatir buat kalian yang hobinya olahraga, disini juga terdapat lapangan bola, futsal, tenis & basket		Satu Santriwati

7	7	Pengambilan gambar memperlihatkan santriwati sedang main di warnet kemudian shot berpindah ke bioskop, bilyard dan juga minimarket di minimarket santri sedang jajan	Bagi kamu yang suka bosenan, disini juga menyediakan warnet, bioskop, bilyard dan juga minimarket kalau kalian pengen jajan		Satu Santriwati
8	8	pengambilan gambar memperlihatkan santriwati sedang berdiri di depan asrama dengan lambaian tangan ajakan	mondok dan sekolah dengan fasilitas yang lengkap, yuk kesini,		Satu Santriwati
9	9	pengambilan gambar memperlihatkan santriwati sedang berdiri di depan asrama	Apapun cita-citanya mondoknya di Pontren Darul Ma'arif		Satu Santriwati
10	10	pengambilan gambar memperlihatkan santriwati sedang berdiri di depan asrama	Aku tunggu di kampus hijau Kaplongan yaaa		Satu Santriwati
11	11	pengambilan gambar memperlihatkan santriwati sedang berdiri di depan asrama dengan menunjuk tangan ke atas	Untuk informasi Lebih lanjut klik link di bio yaa		Satu Santriwati

Gambar 1. Dokumentasi *Storyboard*
Sumber: Penulis

2. Sketsa template *feed* instagram

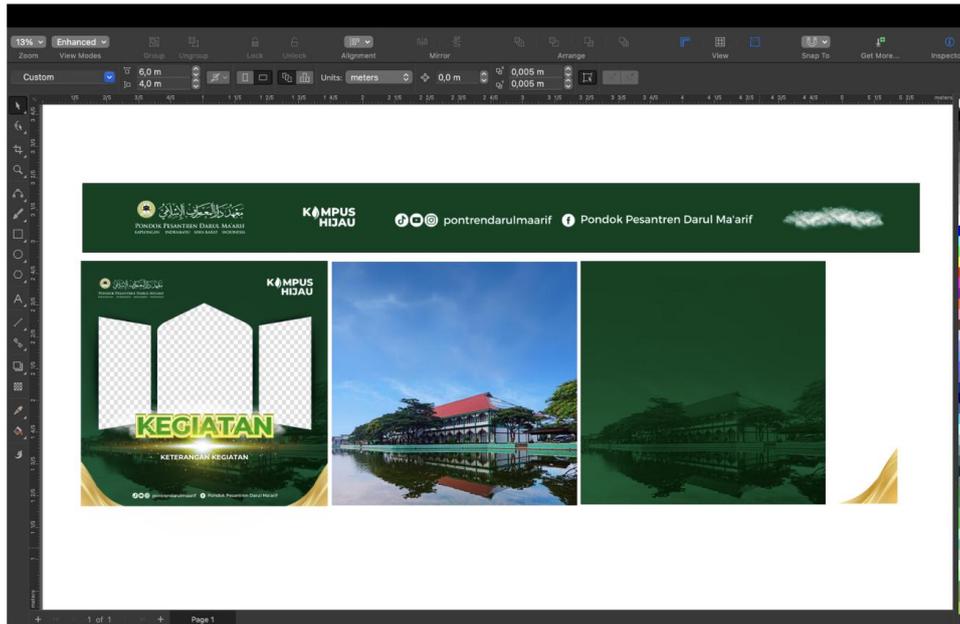
Sketsa desain *template* yang akan dibuat menjadi dua desain untuk membedakan konten *template* desain, berdasarkan kuesioner konten yang paling menarik adalah konten kegiatan santri dan yang kedua konten edukasi islami / informasi Penerimaan Santri Baru / Ucapan-ucapan. Serta sketsa *frame reels* dan *story*



Gambar 2. Dokumentasi sketsa *template* dan *reels*
Sumber: Penulis

Setelah proses *storyboard* dan *shoting* kemudian dilanjutkan dengan tahap *editing*, penulis menggunakan aplikasi Capcut untuk menjahit video yang sudah di *shoting* serta menambahkan elemen seperti tulisan pendukung transisi serta foto. Berikut ini adalah dokumentasi dari proses produksi:

Gambar 3. Dokumentasi proses *editing*
Sumber: Penulis

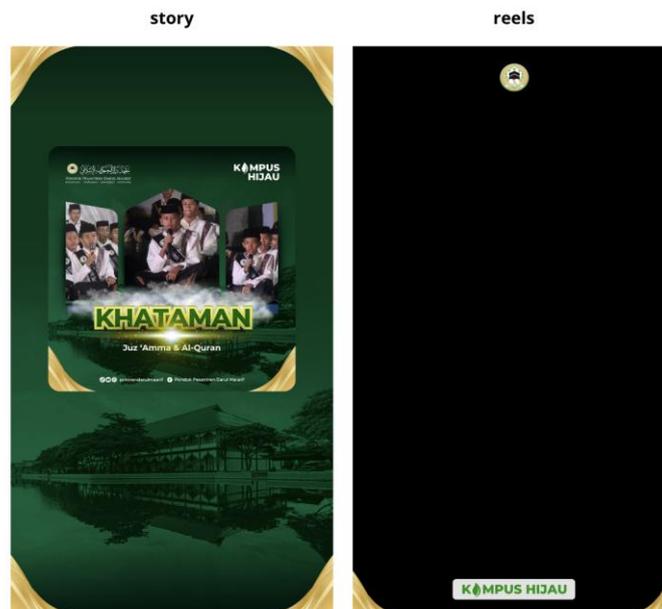


Gambar 4. Dokumentasi proses desain menggunakan Coreldraw 2024
Sumber: Penulis

Berikut adalah konten media yang telah selesai dibuat



Gambar 5. Hasil *template feed* Instagram
Sumber: Penulis



Gambar 6. Hasil *template story* dan *reels*
Sumber: Penulis

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yang dapat diambil dari penulis tentang bagaimana merancang konten video promosi yang berupa *video reels instagram* sebagai media yang informatif untuk menjangkau *awareness* masyarakat serta media promosi Pondok Pesantren Darul Ma'arif untuk menarik calon santri baru untuk mendaftar di lembaga pendidikan tersebut, kemudian penulis merancang *template feed* Instagram guna merapikan tatanan atau tampilan Instagram yang akan membuat para pengunjung ke profil Instagram tertarik dan juga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat, serta penulis merancang *template frame feed* dan juga *template story* sebagai pendukung dari *template feed* Instagram, *template* tersebut agar ketika pergantian tim desain gaya desain tetap seragam Sehingga Pondok Pesantren Darul Ma'arif dapat dikenal lebih luas dan juga meningkatkan *awareness* masyarakat. Dengan keterbatasan waktu penulis menyarankan untuk menciptakan konsep konten plan bulanan atau konten yang relevan dengan masanya yang mana yang bisa lebih menarik untuk mempertahankan *awareness* masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Belch, George. E., dan Belch, Michael. E. (2018), *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.), New York McGraw-Hill Education.
- Kotler, Philip. (1983) , *Dasar-dasar Pemasaran* edisi kedua, hlm 59. Jakarta. Intermedia.
- Prawira, S.D. (1999). *warna Sebagai Salah Satu Unsur Seni dan Desain*. Jakarta: Depdikbud.
- Wheeler, A. (2018), *Designing Brand Identity - An Essencial Guide For The Entire Branding Team*. In Hoboken: John Wiley & Sons, Inc (Vol. 6, Issue 2).

Jurnal :

- Aaker, D.A. (1992). *The Value of Brand Equity*, *Journal of Business Strategy*. Emerald Backfiles 2007.
- Afrilia, A. M. (2018). *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>.

- Al Haq, S. dan Patria, A. (2022) Perancangan Template Feed Instagram Sebagai Media Promosi Cafe Ulala (Unesa Learning Laboratory). Surabaya.
- Ardiansyah, Dkk. (2021). Strategi Integrated Marketing Communication SMA Al-Islam Krian dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun 2023-2024. Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945.
- Megadini, R. dan Anggapuspa, M, L. (2021) Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya.
- Novalia. Dkk. (2021) Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada PT. ES Teh Indonesia). Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta.
- Novrian, A., dan Fajar, M. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. Universitas Negeri Jakarta.
- Permatasari, Dkk. (2021) Proyek Meningkatkan Brand Awareness Forget Me Not Coffee Melalui Video Promosi di Instagram. Bandung.
- Ulyah, D. (2023) Perancangan Promosi Digital SMK CENDEKIA CIREBON Sebagai Sarana Promosi dan Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru. Cirebon.
- Zharandont, P. (2015) Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk dan Psikologis Manusia. Bandung.

Internet :

- Muharom, Alwi. (2022). 6 Alasan Memilih Pondok Pesantren Darul Ma'arif (diakses pada tanggal 10 Maret pukul 11:30) <https://darulmaarif.net/alasan-memilih-pondok-pesantren-darul-maarif/>.
- Ramadhan, Dian. (2023). Alasan Mengapa Seorang Anak Harus Masuk Pesantren (diakses pada tanggal 11 Maret 2024 pukul 10:20) <https://lampung.nu.or.id/pernik/alasan-mengapa-seorang-anak-harus-masuk-pondok-pesantren-GfyVF>.
- Santosa, bagus. (2022). Mahfud: Dulu Pesantren Terkesan Kumuh, Sekarang Sudah Megah (diakses pada tanggal 8 Maret 2024 pukul 14:02) <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/21/13365231/mahfud-dulu-pesantren-terkesan-kumuh-sekarang-sudah-megah>.
- Zainudin, HM (2013) Mengenal Dunia Pesantren .(diakses pada tanggal 9 Maret 2024 pukul 15:00 WIB), dari <https://uin-malang.ac.id/r/131101/mengenal-dunia-pesantren.html>.