

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Video pendek adalah jenis konten audiovisual yang memiliki durasi singkat, biasanya berkisar antara beberapa detik hingga 10 menit. Format ini telah menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan pengguna media sosial. Video pendek dirancang untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan menarik perhatian audiens, sehingga sangat efektif dalam konteks pemasaran, pendidikan, dan hiburan.

Sejarah video pendek dapat ditelusuri kembali ke era awal perfilman, di mana film-film berdurasi sangat singkat menjadi norma. Namun, dengan perkembangan teknologi dan industri film, durasi film mulai memanjang. Meskipun demikian, video pendek tetap memiliki tempatnya sendiri dalam dunia perfilman dan media digital. Dalam beberapa tahun terakhir, munculnya platform seperti TikTok dan YouTube Shorts telah mengubah cara orang berinteraksi dengan konten video. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video berdurasi pendek dengan mudah, menjadikannya alat yang efektif untuk berbagi informasi dan hiburan.

Video pendek memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari format video lainnya. Durasi yang singkat memungkinkan pembuat konten untuk menyampaikan pesan secara langsung dan efisien. Selain itu, video pendek sering kali menggunakan format vertikal untuk optimalisasi tampilan di perangkat mobile, yang sesuai dengan kebiasaan pengguna saat ini. Kreativitas juga menjadi kunci dalam pembuatan video pendek; pembuat harus mampu menyusun cerita yang menarik dalam waktu terbatas.

Video pendek sebagai media promosi menawarkan sejumlah keunggulan dibandingkan dengan bentuk promosi lainnya. Salah satunya adalah kemampuannya untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan menarik, tanpa

mengurangi nilai informasi yang disampaikan. Generasi milenial dan Z yang lebih aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook lebih cenderung tertarik pada konten video yang singkat, menarik, dan mudah dicerna. Dengan menggunakan video pendek, informasi mengenai keunggulan Program Studi Ilmu Komunikasi, kualitas pengajaran, fasilitas yang tersedia, serta peluang karir di bidang komunikasi dapat dipresentasikan secara lebih visual dan dinamis.

Selain itu, video pendek juga dapat meningkatkan interaksi dan engagement dengan audiens. Konten video yang menarik dapat membangkitkan rasa penasaran, memotivasi calon mahasiswa untuk mencari tahu lebih lanjut, dan akhirnya memutuskan untuk mendaftar. Dalam hal ini, promosi melalui video pendek memungkinkan Program Studi Ilmu Komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, baik dari dalam maupun luar daerah, tanpa batasan geografis. Dengan kata lain, video pendek bukan hanya dapat memperkenalkan prodi kepada calon mahasiswa di Sumatera Barat saja, tetapi juga dapat menarik perhatian calon mahasiswa dari seluruh Indonesia.

Proses pembuatan video pendek sebagai media promosi memerlukan kreativitas dan pemahaman yang mendalam tentang audiens target. Setiap elemen video, mulai dari narasi, visual, musik, hingga penyampaian pesan, harus dirancang dengan baik agar dapat menciptakan kesan yang mendalam dan membangkitkan minat calon mahasiswa. Oleh karena itu, penting bagi Program Studi Ilmu Komunikasi untuk merancang strategi promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan dapat mengedukasi audiens tentang keunggulan dan fasilitas yang dimiliki oleh prodi.

Dengan memanfaatkan video pendek sebagai sarana promosi, diharapkan dapat tercipta keterhubungan emosional antara prodi Ilmu Komunikasi dengan calon mahasiswa, yang dapat meningkatkan tingkat pendaftaran dan memperkuat citra positif universitas. Keberhasilan dalam memanfaatkan media digital ini akan memberikan dampak positif yang luas, baik dalam meningkatkan kualitas

penerimaan mahasiswa baru, maupun dalam memperkuat posisi Program Studi Ilmu Komunikasi di antara perguruan tinggi lainnya.

Secara keseluruhan, penggunaan video pendek sebagai media promosi bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas merupakan langkah strategis yang sesuai dengan perkembangan zaman. Melalui pendekatan digital yang lebih inovatif dan kreatif, diharapkan prodi ini dapat lebih dikenal, menarik lebih banyak calon mahasiswa, dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan pendidikan tinggi di Indonesia.

Selain teknologi informasi dan komunikasi, fenomena globalisasi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap dinamika pendidikan tinggi di Indonesia. Globalisasi yang diiringi dengan kemajuan teknologi membawa banyak perubahan dalam cara informasi disebarkan dan diterima oleh masyarakat. Masyarakat saat ini cenderung mengandalkan perangkat digital dan internet untuk mengakses informasi secara cepat dan efisien. Hal ini juga mempengaruhi cara mahasiswa mencari informasi tentang perguruan tinggi dan program studi yang mereka minati.

Dengan semakin meningkatnya persaingan antar perguruan tinggi dalam menarik minat calon mahasiswa, promosi yang dilakukan oleh masing-masing institusi harus lebih inovatif dan mengikuti perkembangan tren yang ada. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas, sebagai salah satu program studi yang memiliki potensi besar di bidang pendidikan komunikasi, juga harus dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman dan memanfaatkan teknologi untuk memperkenalkan dirinya kepada calon mahasiswa.

Keunggulan video pendek sebagai media promosi terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara ringkas, padat, dan efektif. Durasi yang relatif singkat membuat video ini mudah dicerna dan tidak membosankan bagi audiens, sekaligus memungkinkan penyampaian berbagai informasi penting dalam waktu singkat. Dalam hal ini, informasi mengenai keunggulan Program Studi Ilmu Komunikasi, seperti kualitas pengajaran, fasilitas,

kegiatan akademik dan non-akademik, serta prestasi yang telah diraih oleh prodi, dapat dipresentasikan dalam format video yang menarik dan mudah dipahami.

Selain itu, video pendek juga memberikan kesempatan bagi Prodi Ilmu Komunikasi untuk menunjukkan keunikan dan karakteristik yang membedakan prodi ini dari prodi komunikasi di perguruan tinggi lain. Melalui video, prodi ini dapat menampilkan suasana kampus yang mendukung kreativitas, lingkungan akademik yang kondusif, serta peluang karir yang terbuka lebar bagi lulusannya. Dengan begitu, calon mahasiswa dapat lebih mudah mengenal prodi dan memutuskan untuk memilih Ilmu Komunikasi sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan mereka.

Pentingnya promosi melalui video pendek ini juga didorong oleh fakta bahwa banyak calon mahasiswa yang kini lebih mengutamakan kenyamanan dalam mengakses informasi. Mereka menginginkan informasi yang cepat, menarik, dan mudah diakses melalui platform digital yang mereka gunakan sehari-hari. Melalui video pendek, Program Studi Ilmu Komunikasi dapat menjangkau calon mahasiswa tidak hanya di dalam daerah Sumatera Barat, tetapi juga di luar daerah, bahkan di tingkat nasional, mengingat potensi viralitas yang dimiliki oleh media sosial. Penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok memungkinkan video pendek untuk cepat tersebar luas, dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode promosi tradisional, seperti iklan televisi atau cetak.

Dengan pembuatan video pendek yang menarik, prodi Ilmu Komunikasi dapat lebih efektif membangun citra positif di mata masyarakat. Video yang berkualitas tidak hanya akan menarik perhatian calon mahasiswa, tetapi juga dapat meningkatkan bagi universitas dan program studi yang bersangkutan. Sebagai tambahan, promosi menggunakan video pendek akan memberikan dampak yang lebih personal, karena dapat menggambarkan suasana dan kehidupan kampus yang lebih hidup dan nyata. Ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas kepada calon mahasiswa mengenai pengalaman belajar, yang tentunya dapat memengaruhi

keputusan mereka dalam memilih prodi yang sesuai dengan minat dan cita-cita mereka.

Keberhasilan promosi melalui video pendek ini tentunya juga sangat bergantung pada strategi dan kreativitas dalam penyusunan konten. Video yang efektif adalah video yang mampu menarik perhatian audiens dalam hitungan detik pertama, memiliki narasi yang jelas, visual yang menarik, serta pesan yang mudah dipahami dan diingat. Oleh karena itu, pembuatan video pendek sebagai media promosi ini harus dilakukan dengan melibatkan tim kreatif yang memahami audiens target, serta memanfaatkan teknologi editing video yang mumpuni untuk menghasilkan konten yang berkualitas tinggi.

Secara keseluruhan, pemanfaatan video pendek sebagai media promosi untuk Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas merupakan langkah yang sangat strategis dalam meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan reputasi prodi ini di tengah persaingan dunia pendidikan tinggi yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan kekuatan media digital dan sosial, prodi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasarannya dan lebih dikenal oleh calon mahasiswa di seluruh Indonesia. Video pendek yang kreatif, menarik, dan informatif dapat menjadi salah satu cara efektif dalam mewujudkan tujuan tersebut, serta membawa dampak positif bagi perkembangan prodi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas ke depannya.

Salah satu bentuk promosi yang semakin digemari adalah penggunaan media digital, terutama video pendek, sebagai sarana untuk menyampaikan informasi secara cepat, menarik, dan efektif. Dalam konteks ini, penggunaan video pendek sebagai media promosi merupakan pilihan yang sangat tepat, mengingat karakteristik audiens yang lebih muda, seperti generasi milenial dan Gen Z, yang lebih cenderung mengakses informasi melalui media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook. Video pendek mampu menjangkau audiens secara lebih langsung, menarik perhatian mereka dengan visual yang menarik dan pesan yang singkat namun padat. Keunggulan utama dari

video pendek adalah kemampuannya untuk menyampaikan informasi yang kompleks dalam waktu singkat dan dengan cara yang lebih menarik, yang membuatnya lebih mudah dipahami dan diingat.

Pentingnya promosi melalui video pendek bagi Program Studi Ilmu Komunikasi terletak pada beberapa faktor. Pertama, video pendek dapat menampilkan informasi secara visual yang lebih hidup, menggambarkan suasana kampus, fasilitas yang tersedia, serta kehidupan akademik dan non-akademik di universitas. Hal ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang apa yang calon mahasiswa akan alami jika mereka memilih untuk melanjutkan studi. Dengan menggabungkan elemen-elemen visual seperti footage kampus, kegiatan belajar mengajar, serta wawancara dengan dosen atau mahasiswa, video ini dapat memberikan kesan yang lebih mendalam dibandingkan dengan hanya mengandalkan teks atau gambar statis.

Kedua, video pendek memiliki kemampuan untuk memengaruhi emosi audiens. Video dapat memanfaatkan storytelling, atau teknik bercerita, yang dapat menimbulkan perasaan keterhubungan dan empati dari audiens. Cerita tentang bagaimana prodi Ilmu Komunikasi dapat membantu mahasiswa mengembangkan potensi mereka, atau bagaimana pengalaman di kampus dapat membentuk karakter dan karir mereka di masa depan, akan memberikan dampak emosional yang kuat pada calon mahasiswa. Kesan ini dapat memperkuat keputusan calon mahasiswa untuk memilih sebagai tempat mereka melanjutkan pendidikan.

Selain itu, promosi melalui video pendek juga sangat efektif dalam memperkenalkan berbagai prestasi yang telah diraih oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Misalnya, video dapat menunjukkan keberhasilan mahasiswa dalam lomba komunikasi tingkat nasional, penelitian yang telah dilakukan oleh dosen, atau kemitraan dengan berbagai lembaga industri yang membuka peluang kerja bagi lulusan. Dengan menonjolkan prestasi-prestasi tersebut, video ini dapat meningkatkan kredibilitas

dan citra positif prodi Ilmu Komunikasi di mata calon mahasiswa dan masyarakat luas.

Keunggulan lainnya adalah kemampuan video pendek untuk meningkatkan minat mahasiswa terhadap prodi ilmu komunikasi. Dalam dunia yang semakin terhubung dan terfragmentasi melalui media sosial, penting bagi institusi pendidikan untuk memperkuat citra mereka dengan cara yang konsisten dan kreatif. Video pendek yang disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial memiliki potensi untuk viral dan menjangkau audiens yang lebih luas. Jika video yang dibuat menarik dan memiliki kualitas tinggi, peluang untuk mendapatkan perhatian dari calon mahasiswa yang tidak hanya berasal dari Sumatera Barat, tetapi juga dari berbagai daerah lain, akan semakin besar. Ini memberikan peluang bagi untuk menjangkau calon mahasiswa di luar daerah dan memperluas basis mahasiswa internasional.

Selain aspek promosi, pembuatan video pendek juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengedukasi calon mahasiswa mengenai berbagai informasi penting terkait dunia perkuliahan. Dalam video, dapat disampaikan informasi mengenai kurikulum, peluang magang, sistem evaluasi, serta kehidupan di luar kampus yang dapat menjadi nilai tambah bagi mahasiswa. Selain itu, konten video juga dapat dipersonalisasi dengan melibatkan alumni yang sukses di bidang komunikasi atau tokoh inspiratif dari prodi tersebut, yang bisa memberikan perspektif lebih luas tentang manfaat dan prospek karir setelah lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi.

1.2 Tujuan Project

Adapun tujuan dari project ini adalah sebagai berikut

Project ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menerapkan pendekatan semiotika dalam pembuatan video pendek, dengan fokus pada analisis tanda-tanda dan makna yang terkandung dalam konten audiovisual. Dalam konteks ini, semiotika sebagai studi tentang tanda dan simbol dalam komunikasi akan menjadi kerangka kerja utama untuk memahami bagaimana video pendek dapat menyampaikan pesan yang kompleks melalui elemen visual dan audio.

1.3 Manfaat Project

Project ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Manfaat Akademis:** Memberikan wawasan baru tentang penggunaan media digital, khususnya video pendek, dalam promosi pendidikan tinggi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah literatur dalam bidang komunikasi dan pemasaran pendidikan, serta memberikan pemahaman lebih dalam mengenai strategi promosi yang efektif di era digital.
2. **Manfaat Praktis:** Memberikan panduan bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas dalam mengembangkan strategi promosi melalui media digital yang lebih kreatif dan efektif. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi prodi lain ataupun perguruan tinggi lainnya dalam memanfaatkan video pendek untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian calon mahasiswa.

3. Manfaat Sosial: Memberikan kontribusi bagi masyarakat, khususnya calon mahasiswa, dengan menyajikan informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami mengenai Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Dharma Andalas. Hal ini juga dapat membantu masyarakat untuk membuat keputusan yang lebih tepat dalam memilih perguruan tinggi dan program studi yang sesuai dengan minat dan bakat mereka.