

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi digital saat ini, telah membawa beberapa dampak besar terhadap cara institusi dalam menyebarkan informasi dan membentuk citra serta menjalin hubungan dengan masyarakat luas. Di era yang serba digital kali ini, suatu media promosi memiliki peran penting dalam memperkenalkan identitas dan keunggulan suatu lembaga, termasuk lembaga perguruan tinggi. Dalam konteks perguruan tinggi, promosi bukan hanya sekedar sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pendaftar, melainkan dapat di gunakan sebagai bagian dari strategi komunikasi yang mampu untuk memperkuat institusi secara keseluruhan. Seperti yang di nyatakan oleh Kotler & Keller, (2012) bahwa sebuah promosi merupakan salah satu elemen penting dalam marketing campuran yang berfungsi sebagai media menyampaikan informasi, memengaruhi dan membujuk audiens. sementara itu pendapat lain dari Saffer dkk., (2013) mengatakan bahwa sebuah promosi yang efektif tidak hanya bersifat satu arah, akan tetapi dapat juga membangun hubungan yang dapat mudah dimengerti antara pihak institusi dengan audiens.

Berdasarkan data yang telah peneliti peroleh yaitu sebagian besar dari 75 calon mahasiswa cenderung memilih instagram, website dan youtube sebagai platform dalam mencari informasi terkait program studi. Dari hasil tersebut menjelaskan bahwa strategi promosi program studi menggunakan platform digital seperti instagram, website dan youtube telah terbukti efektif dalam menjangkau target audiens, hal tersebut dibuktikan dari sebagian besar audiens memilih menggunakan platform digital dalam mencari informasi. Di sisi lain, tingkat persaingan antar prodi PGSD di berbagai Universitas terus meningkat setiap tahunnya, termasuk dalam ruang lingkup UPI sendiri yang memiliki beberapa kampus dengan prodi yang serupa. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Ryan & Jones (2009) bahwa pada era digital saat ini, institusi pendidikan memiliki peluang yang cukup besar dalam memperluas dan meningkatkan daya saing, tetapi juga dapat memungkinkan

muncul tantangan baru. Institusi yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan digital berisiko tertinggal dan kurang diminati oleh generasi yang tumbuh dalam dunia serba digital ini. Oleh karena itu program studi PGSD dituntut untuk mengambil langkah strategis dalam upaya mempromosikan program studi dan komunikasi yang cukup relevan terhadap masyarakat luas.

Salah satu bentuk promosi yang dianggap paling efektif dan sering dimanfaatkan sebagai media promosi adalah video promosi, karena pada video promosi terdapat beberapa keunggulan yaitu menyampaikan pesan dalam bentuk audio visual, membangkitkan emosi, serta mudah untuk dijangkau melalui berbagai platform digital seperti, Youtube, Instagram dan media sosial lainnya. Sebagaimana dengan hasil penyebaran kuesioner kepada 75 calon mahasiswa, yang menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka merasa metode penyampaian informasi program studi yang dikemas berbentuk video dapat memberikan kemudahan dalam mencari informasi serta meningkatkan daya tarik tersendiri. Sebagaimana yang dinyatakan Firman dkk., (2024) bahwa video promosi memiliki kemampuan dalam menggabungkan elemen audio visual beserta narasi sehingga dapat menciptakan daya tarik tinggi, serta mampu untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap kualitas institusi.

Namun saat ini mayoritas video promosi yang digunakan institusi hanya sekedar menampilkan aspek-aspek umum seperti fasilitas, kegiatan mahasiswa, dan suasana kampus, tanpa mengali lebih dalam elemen penting lainnya seperti kegiatan akademik dan peran dari dosen sebagai representasi dari kualitas pendidikan. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Shariatnejad & Yarahmadi (2025) bahwa sebagian banyak dari video promosi perguruan tinggi belum menampilkan dosen secara maksimal sedangkan peran dosen dinilai cukup penting dalam upaya membangun integritas dan citra akademik institusi. Selain itu peran dosen pun mampu menunjukkan tingkat profesionalisme, serta menegaskan komitmen terhadap pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang No 12 Tahun 2012 Pasal 1 Ayat 9 tentang Pendidikan Tinggi. Fenomena tersebut juga telah terjadi pada Program Studi Pendidikan Guru

Sekolah Dasar (PGSD) Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru, yang kini telah berdiri selama 19 tahun lamanya, namun saat ini belum memiliki video promosi yang menyoroti peran dosen sebagai representasi nilai akademik dan otoritas ilmiah.

Berdasarkan dengan permasalahan tersebut, dimulai dari tingginya tingkat persaingan antar program studi serta kurangnya menonjolkan peran dosen. Maka dari itu diperlukan langkah yang cukup strategis dalam merancang video promosi dengan menampilkan kegiatan akademik dosen sebagai fokus dari isi konten. Video promosi ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yaitu dengan memperkuat eksistensi dan citra dari program studi PGSD, serta memperkenalkan para dosen sebagai aktor utama dalam pengembangan pendidikan di program studi PGSD UPI Cibiru. Dengan latar belakang tersebut, peneliti mengajukan penelitian yang berjudul “Perancangan Video Promosi untuk Memperkuat Citra Prodi PGSD UPI Cibiru”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang didapat yaitu:

1. Bagaimana proses perancangan video promosi Program Studi PGSD berbasis kegiatan akademik dosen?
2. Apakah video promosi berbasis kegiatan akademik Dosen dapat memperkuat citra Program Studi PGSD?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ialah:

1. Mengetahui proses dalam perancangan video promosi Prodi PGSD.
2. Mengetahui apakah video promosi berbasis kegiatan akademik Dosen dapat memperkuat citra Program Studi PGSD.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap berbagai pihak:

1.4.1 Teoritis

Manfaat teoritis lebih menekankan pada kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Berikut manfaat teoritis pada penelitian ini yaitu:

1. Penguatan teori media promosi pendidikan
Penelitian dapat berguna untuk memperkaya literatur tentang manfaat penggunaan video sebagai alat strategis dalam komunikasi di dunia pendidikan.
2. Penerapan teori komunikasi visual dan desain instruksional
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam penerapan komunikasi visual dalam konteks promosi program studi.
3. Pengembangan model promosi berbasis nilai akademik
Pada penelitian ini dapat memberikan landasan teori untuk pengembangan strategi institusi pendidikan yang menitik beratkan pada kegiatan akademik dosen sebagai bagian dari citra institusi.

1.4.2 Praktis

Manfaat praktis terletak pada penerapan langsung hasil penelitian untuk mengatasi masalah nyata dan memenuhi kebutuhan audien. Manfaat praktis pada penelitian ini yaitu:

1. Bagi Program Studi PGSD UPI Cibiru, video promosi ini dapat digunakan Prodi PGSD untuk berbagai kebutuhan sebagai media informasi dan promosi.
2. Bagi calon mahasiswa dan orangtua, dapat menjadi sumber media informasi audio visual yang mudah diakses.
3. Bagi peneliti lain, pada penelitian ini dapat bermanfaat untuk menjadi contoh dan inspirasi dalam pengembangan media promosi institusi pendidikan.

1.5 Ruang lingkup

Adapun ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan fokus utama yaitu sebagai berikut:

1. Proses perancangan video promosi berfokus menampilkan kegiatan akademik dosen.
2. Perancangan video promosi hanya berfokus pada program studi PGSD UPI Kampus Cibiru.