

Analisis Elemen AIDA Pada Video Profil Program Studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember 2024

Oleh:

Rusli Akhmad Junaedi¹, Enik Rukiati², Taufikurrohman³, Alisha Zahra Saadiyah⁴, Adelia Oktavinoa Wianta Putri⁵

¹Jurusan Bahasa, Komunikasi, dan Pariwisata, Politeknik Negeri Jember

¹Email: rusli_junaedi@polije.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Naskah Masuk : 5 Januari 2025

Naskah Direvisi : 18 Januari 2025

Naskah Disetujui : 28 Januari 2025

Tersedia Online : 30 Januari 2025

Keywords:

AIDA, Media, Production, Profile, Video

Kata Kunci:

AIDA, Media, Produksi, Profil, Video



This is an open access article under the CC BY SA

Copyright © 2025 by Author. Published by Jaya Pangus Academy

ABSTRACT

This research aims to analyze how well the profile video of the applied bachelor of media production study program at the State Polytechnic of Jember uses the AIDA element to attract prospective students. This research is motivated by the number of students not reaching the target of a student quota of 90 students only fulfilled as many as 14 students because this is one of the strategic targets of general performance indicators so an evaluation of profile videos using AIDA theory is needed to support the achievement of the target number of students in the applied bachelor of media production study program at the State Polytechnic of Jember. The method used in this research is qualitative research with in-depth interview techniques, observation, and document analysis to collect data and data triangulation to analyze the data obtained. The findings in this study are that all AIDA elements contained in the profile video of the applied bachelor of media production study program at the State Polytechnic of Jember can make the main force in attracting audience attention, interest, desire, and action. However, the optimization of AIDA elements can be done by improving several things needed to improve the quality of the profile video of the applied bachelor of media production study program at the State Polytechnic of Jember to attract audience attention, interest, desire, and action.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa baik video profil program studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember 2024 menerapkan elemen AIDA dalam menarik minat calon mahasiswa. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh jumlah mahasiswa tidak mencapai target dari kuota mahasiswa 90 mahasiswa hanya terpenuhi sebanyak 14 mahasiswa dikarenakan hal tersebut merupakan salah satu sasaran strategis indikator kinerja umum sehingga diperlukan evaluasi terhadap video profil menggunakan teori AIDA dalam menunjang ketercapaian target jumlah mahasiswa pada program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen untuk mengumpulkan data serta triangulasi data untuk menganalisis data yang diperoleh. Temuan dalam penelitian ini adalah seluruh

elemen AIDA yang terdapat pada video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember mampu menjadikan kekuatan utama dalam menarik perhatian, minat, keinginan, dan tindakan audiens. Akan tetapi, optimalisasi elemen AIDA dapat dilakukan dengan memperbaiki beberapa hal yang diperlukan dalam meningkatkan kualitas video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dalam menarik perhatian, minat, keinginan, dan tindakan audiens.

I. PENDAHULUAN

Media promosi memiliki peran yang signifikan terhadap implementasi strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam proses bisnis. Media promosi dapat membantu lembaga dalam menginformasikan produk maupun jasa yang ditawarkan sehingga diharapkan khalayak dapat mengenal bahkan menggunakan produk maupun jasa tersebut. Salah satu bentuk konten promosi yang seringkali digunakan oleh perusahaan maupun lembaga dalam membangun citra dan meningkatkan kredibilitas melalui produk multimedia seperti video profil. Video profil sebagai media elektronik format audio visual yang digunakan dalam menyampaikan informasi dengan mudah dan dapat dimengerti oleh semua kalangan (Pratama et al., 2022). Video profil sebagai salah satu bentuk iklan tentu saja perlu menekankan beberapa prinsip yang menjadi pilar fundamental seperti kejujuran, transparansi, kebenaran, keadilan, tanggung jawab sosial, kebebasan berekspresi, kepentingan pelanggan, dan persaingan yang sehat sebagaimana yang terdapat pada Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2020 (Junaedi, 2024).

Menurut Ernawati et al. (2022), video profil dinilai lebih efektif daripada bentuk media cetak seperti brosur atau poster dikarenakan pengemasannya lebih menarik dan dapat menjelaskan dengan lebih rinci dan jelas mengenai konten yang disajikan. Media informasi seperti video profil juga lebih efektif untuk didistribusikan sebab dapat digunakan sebagai presentasi publik, baik ditampilkan melalui ruang publik maupun ruang digital. Selain informatif dan komunikatif, video profil juga perlu dibuat dengan sinematografi yang menarik, musik latar yang sesuai, narasi yang terdengar jelas, dan menimbulkan keinginan pelanggan untuk berbuat untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan (Mathory & Syahna., 2022).

Salah satu lembaga yang menggunakan video profil sebagai media promosi adalah program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember. Berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 246/D/0T/2023 tanggal 02 Oktober 2023 telah terbit izin pembukaan program studi D4 Produksi Media pada Jurusan Bahasa, Komunikasi, dan Pariwisata. Program Studi D4 Produksi Media didasari oleh kebutuhan industri kreatif yang terus berkembang pesat di era digital. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan pola konsumsi media, dibutuhkan tenaga profesional yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan keahlian teknis yang mendalam terkait bidang produksi konten media modern sesuai dengan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI).

Program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember memiliki visi "Menjadi program studi unggul dengan meningkatkan pengetahuan dan teknologi pada bidang komunikasi, khususnya media, bersinergi dengan industri, dan mampu menghasilkan lulusan yang kompeten dan sesuai dengan kebutuhan *stakeholder* serta *entrepreneur*". Misi program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember, antara lain: 1) "Menyelenggarakan pendidikan berkualitas dalam bidang produksi media dan memfasilitasi akses pendidikan secara adil dan luas"; 2) "Mengupayakan ketersediaan sumber daya manusia yang unggul, kompeten dalam bidang produksi media serta memiliki etika profesi, dan loyalitas tinggi";

dan 3) “Membina mahasiswa dan menciptakan lulusan yang kompeten, mandiri, unggul, dan *entrepreneurship* yang mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional”.

Durasi studi program studi D4 Produksi Media ditempuh selama 8 semester (4 tahun) dan lulusan mendapatkan gelar Sarjana Terapan Produksi Media (S.Tr.Prod.M.). Kompetensi utama yang dikembangkan pada program studi D4 Produksi Media, antara lain: a) perencanaan dan manajemen produksi media; b) penguasaan teknik produksi audio-visual; c) pengembangan konten kreatif multiplatform; d) penerapan teknologi produksi media terkini; dan e) analisis tren dan kebutuhan pasar media.

Program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember sebagai program studi baru memerlukan peningkatan jumlah mahasiswa dan perluasan jangkauan promosi program studi dikarenakan jumlah mahasiswa tidak mencapai target dari kuota mahasiswa 90 mahasiswa hanya terpenuhi sebanyak 14 mahasiswa. Jumlah mahasiswa menjadi hal yang penting bagi program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dikarenakan hal tersebut merupakan salah satu sasaran strategis indikator kinerja umum sehingga konten promosi yang efektif diperlukan dalam menunjang ketercapaian target jumlah mahasiswa.

Video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember pertama kali dirilis pada kanal Youtube Politeknik Negeri Jember pada tanggal 23 Oktober 2024. Video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dari pertama rilis hingga tanggal 09 Desember 2024 telah ditonton sebanyak 273 kali. Tentunya dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa dan pada program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember, maka penelitian ini diperlukan untuk menganalisis video profil D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember menggunakan elemen AIDA agar dapat menguraikan tahapan-tahapan yang dilalui oleh pelanggan sebelum menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.



Gambar 1. Video Profil Program Studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember 2024
Sumber: Youtube Politeknik Negeri Jember

Dalam kegiatan promosi membutuhkan konsep yang dapat membantu lembaga dalam mencapai tujuan yang diharapkan, salah satunya dengan menggunakan elemen AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) sebagai alat promosi yang dapat menarik perhatian, mendorong minat, membangkitkan keinginan, dan menghasilkan tindakan. Theodora (2021) menguraikan elemen *attention* (perhatian) ialah promosi produk maupun jasa harus menarik perhatian khalayak, *interest* (minat) terkait dengan penyedia produk maupun jasa harus memikirkan bagaimana cara agar pelanggan dapat lebih berminat dan ingin mengetahui lebih lanjut seputar produk maupun jasa yang ditawarkan, *desire* (keinginan) merupakan tindak lanjut dari pelanggan yang telah memiliki minat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan terus ditingkatkan dengan kalimat-kalimat tertentu, dan *action* (tindakan) adalah penyedia produk maupun jasa harus dapat mempersuasi pelanggan agar dapat segera untuk memutuskan tindakan penggunaan produk maupun jasa yang dipromosikan dengan

pemilihan kata perintah yang tepat sehingga pelanggan tidak ragu dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.

Penelitian mengenai AIDA, video profil, dan program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember bukanlah penelitian yang pertama kali dilakukan. Terdapat beberapa studi yang telah dilakukan sebelumnya. Studi yang dilakukan oleh Theodora (2021) yang berjudul "Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung" melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan temuan yang mengungkapkan upaya promosi yang dilakukan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung kurang memenuhi elemen AIDA, yakni elemen *attention* (perhatian) dikarenakan kurangnya pemilihan konten *layout* dan desain grafis dalam unggahan akun Instagram @disarpus_kab.bandung. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mathory & Syahna (2022) yang berjudul "Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark" melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan temuan yang konten video promosi yang telah dibuat oleh peneliti sangat memberikan dampak terhadap peningkatan pengunjung di Dewi Sri Waterpark.

Selain itu, studi yang dilakukan oleh (Jordan, 2021) yang berjudul "Pengaruh *Attention, Interest, Desire, dan Action* terhadap Efektivitas Iklan Spotify" melalui pendekatan kuantitatif menggunakan analisis *causal explanatory* dengan hasil penelitian yang menunjukkan ada efek simultan dari *Attention, Interest, Desire, dan Action* pada Efektivitas Iklan Spotify sebesar 51,7% sementara sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini. Penelitian yang dilakukan oleh Rachman & Rukiati (2023) yang berjudul *The Function of Messages in Organizational Communication in the Establishment of the Media Production Study Program* melalui pendekatan kualitatif yang mengungkapkan program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember memanfaatkan komunikasi organisasi dengan berbagai fungsi, baik komunikasi vertikal ke atas, komunikasi vertikal ke bawah, dan komunikasi horizontal serta terdapat tiga pesan dalam fungsi organisasi seperti pesan tugas, pesan pemeliharaan, dan pesan pembaharuan.

Berdasarkan beberapa studi yang dilakukan sebelumnya, belum ada yang mengkaji video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dianalisis menggunakan teori AIDA sehingga fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa baik video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember 2024 menerapkan elemen AIDA dalam menarik minat calon mahasiswa. Penelitian ini secara teoretis dapat bermanfaat terhadap perkembangan ilmu komunikasi dengan memperkaya khazanah keilmuan, khususnya terkait dengan teori AIDA dan program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember sehingga secara praktisi penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh tim humas perguruan tinggi sebagai referensi dalam memproduksi video profil program studi D4 Produksi Media yang lebih efektif.

II. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian kualitatif, peneliti memiliki tanggung jawab yang penting dalam melakukan analisa induktif (Sugiyono, 2019). Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait fenomena dan noumena terkait permasalahan yang diteliti (Rusbandi & Rusli, 2021). Penelitian ini menggunakan desain studi kasus dengan metodologi kualitatif. Semakin banyak pertanyaan yang membutuhkan penjelasan yang rinci dan "mendalam" tentang masalah sosial tertentu, semakin banyak studi kasus yang relevan (Yin, 2018). Sebuah studi kasus berpusat pada satu skenario, peristiwa, inisiatif, atau fenomena yang menyoroti isu (Kriyantono, 2021).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam dan analisis dokumen untuk memperoleh data. Wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan untuk mendapatkan data primer. Wawancara mendalam tidak bersifat kaku, tidak terstruktur, dan terbuka, karena melibatkan pertemuan intensif untuk memahami

pandangan narasumber terkait isu penelitian yang dibahas. Informan adalah individu yang memberikan pengetahuan dan informasi tentang keseluruhan proyek penelitian.

Peneliti menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik dalam menentukan dan memilih informan dalam penelitian ini. Purposive sampling merupakan teknik pengumpulan data dan informan dengan aspek maupun kriteria tertentu sehingga peneliti dalam memilih individu tertentu sebagai informan didasarkan pada keperluan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2019). Informan dalam penelitian ini, antara lain: a) Ihwan Huda Al Mujib selaku koodinator program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember; b) M. Adi Rahmatullah selaku mahasiswa program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember; dan c) Muhammad Angga Dwi Alfian selaku siswa SMAN 1 Tenggarang, Kabupaten Bondowoso.

Studi ini menerapkan triangulasi data berdasarkan wawancara dan dokumentasi untuk menganalisis data serta mengubah konsep yang dibahas menjadi alat analisis untuk meneliti temuan dan perolehan data yaitu data primer dan sekunder. Selain itu, hasil analisis tersebut menghasilkan format dialek penjelas untuk membangun kerangka kerja konseptual baru berdasarkan semua data.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada elemen *Attention* (perhatian) terdapat beberapa kriteria penilaian seperti visual yang menarik, audio yang menarik, dan pembuka yang kuat. Ketiga elemen ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dalam menarik perhatian audiens.



Gambar 2. Cuplikan Kegiatan Mahasiswa D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember
Sumber: Youtube Politeknik Negeri Jember

Pada gambar 2 dapat dilihat video profil program studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember 2024 memiliki pembuka yang kuat ditunjukkan melalui awalan video yang menghadirkan cuplikan singkat yang merepresentasikan dunia kreatif yang berhubungan dengan bidang produksi media sehingga dapat langsung menarik minat calon mahasiswa untuk mengetahui lebih lanjut mengenai program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember. Visual yang menarik dihadirkan melalui penggunaan warna yang cerah, transisi video yang dinamis, dan pengambilan gambar yang bervariasi sehingga menarik perhatian penonton sejak awal untuk menyimak lebih lanjut konten yang telah disajikan. Selain itu, audio yang menarik dihadirkan melalui musik latar yang energik dan narasi yang jelas dan tegas mendukung mempertahankan fokus penonton.

Pada elemen *Interest* (minat) terdapat beberapa kriteria penilaian seperti relevansi informasi terkait kesesuaian minat dan prospek kerja, testimoni mahasiswa selama menempuh studi, dan visualisasi kegiatan praktikum mahasiswa program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember. Ketiga elemen ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas

video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dalam menarik minat audiens.



Gambar 3. Cuplikan Kegiatan Praktikum Mahasiswa D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember
Sumber: Youtube Politeknik Negeri Jember

Pada gambar 3 dapat dilihat video profil program studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember 2024 memiliki visualisasi kegiatan yang menampilkan berbagai kegiatan mahasiswa yang menarik seperti produksi film pendek, penyuntingan video, dan desain grafis. Informasi yang relevan disajikan sesuai dengan kebutuhan calon mahasiswa seperti kurikulum, fasilitas, dan peluang karir juga turut dihadirkan dalam mendorong minat calon mahasiswa. Selain itu, adanya testimoni dari mahasiswa aktif memberikan bukti sosial dan membangun kepercayaan calon mahasiswa terhadap program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember sehingga dapat mendorong minat calon mahasiswa baru terhadap program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember.

Pada elemen *Desire* (keinginan) terdapat kriteria penilaian seperti benefit yang ditawarkan dan perbandingan dengan program studi lain yang menjadi kompetitor. Elemen ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dalam menarik keinginan audiens.



Gambar 4. Cuplikan Profil Lulusan D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember
Sumber: Youtube Politeknik Negeri Jember

Pada gambar 4 dapat dilihat video profil program studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember 2024 memiliki benefit yang ditawarkan dalam bentuk profil lulusan yang berfokus kepada peluang karir yang luas seperti tim kreatif media, jurnalis, staf komunikasi pemasaran, dan praktisi periklanan serta pengembangan keterampilan yang komprehensif tidak hanya pada tataran teoretis namun juga ranah praktisi. Selain itu, perbandingan dengan

program studi lain yang sejenis menunjukkan secara implisit video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember telah menunjukkan keunggulan yang spesifik dibandingkan dengan program studi sejenis sehingga dapat mendorong keinginan calon mahasiswa terhadap program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember.

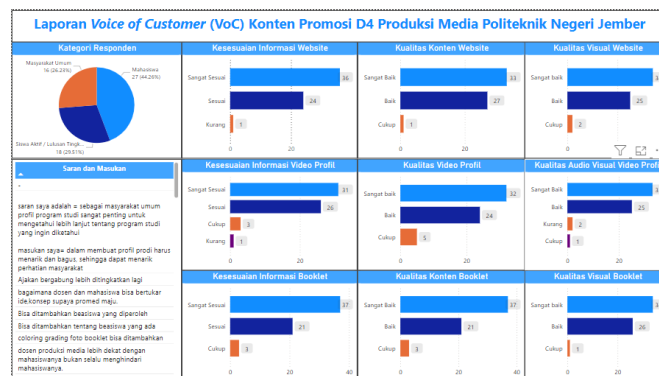
Pada elemen *Action* (tindakan) terdapat kriteria penilaian seperti *call to action* yang jelas dan informasi kontak yang lengkap. Elemen ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dalam mendorong audiens untuk bertindak.



Gambar 5. Cuplikan *Call to Action* Video Profil D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember
Sumber: Youtube Politeknik Negeri Jember

Pada gambar 5 dapat dilihat video profil program studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember 2024 memiliki *call to action* yang jelas ditunjukkan pada bagian akhir video yang menampilkan ajakan yang jelas untuk mengunjungi website, mengikuti sosial media, maupun mendaftar pada program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember. Selain itu, informasi kontak yang lengkap serta mudah diakses juga turut ditampilkan di akhir video dengan mendorong audiens untuk mengunjungi website program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember.

Secara simultan, seluruh elemen AIDA yang terdapat pada video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember mampu menjadikan kekuatan utama dalam menarik perhatian, minat, keinginan, dan tindakan audiens. Hal ini dapat dilihat dari laporan survei *Voice of Customer* (VoC) konten promosi program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember sebagai berikut:



Gambar 6. Laporan Survei VoC Konten Promosi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember
Sumber: Junaedi (2024)

Berdasarkan gambar 6 dapat dilihat 33 responden dari total 71 responden menyatakan kualitas audio visual video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dapat dikategorikan sangat baik. Selain itu, 31 responden dari total 71 responden menyatakan

kesesuaian informasi video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dapat dikategorikan sangat baik. Hasil survei ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Hanif et al. (2024) yang menyatakan strategi komunikasi AIDA efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian pelanggan dengan menghadirkan informasi yang jelas, menarik, dan konsisten. Model pemasaran AIDA juga memberikan banyak masukan dan umpan balik yang sangat berguna dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis data seperti model AIDA sehingga dapat mengkaji berbagai tantangan, hambatan, dan ketidakpastian dalam proses bisnis yang semakin dinamis (Purbaningsih et al., 2022).

Namun dari hasil survei VoC terkait dengan konten promosi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember juga terdapat beberapa rekomendasi yang disampaikan oleh responden untuk peningkatan kualitas video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember pada proses produksi selanjutnya. Beberapa rekomendasi yang disampaikan, antara lain: a) memperpendek durasi video dengan berfokus pada pesan utama dan menghindari informasi yang terlalu detail; b) meningkatkan variasi visual dengan menggunakan lebih banyak jenis pengambilan dari berbagai sudut pandang untuk menjaga minat penonton; c) menambahkan elemen interaktif seperti pertanyaan yang mengajak audiens untuk berpartisipasi; dan d) menonjolkan keunggulan unik yang membuat program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember berbeda dengan program studi sejenis yang menjadi kompetitor. Rekomendasi yang diberikan dapat diwujudkan dengan penerapan manajemen komunikasi yang baik meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian untuk menghasilkan konten yang menarik dan informatif (Aminatuzahra & Astuti, 2024).

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan seluruh elemen AIDA yang terdapat pada video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember mampu menjadikan kekuatan utama dalam menarik perhatian, minat, keinginan, dan tindakan audiens. Akan tetapi, optimalisasi elemen AIDA dapat dilakukan dengan memperbaiki beberapa hal yang diperlukan dalam meningkatkan kualitas video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dalam menarik perhatian, minat, keinginan, dan tindakan audiens. Penelitian ini terbatas pada analisis elemen AIDA pada video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk mengkaji aspek teoretis dan praktisi yang lebih mendalam terkait dengan video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember, khususnya aspek sosial dan budaya. Selain itu, pembuatan video profil program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember pada masa mendatang dapat memperpendek durasi video dengan fokus pada pesan utama yang ingin disampaikan dan meningkatkan variasi visual dengan menunjukkan keunggulan yang spesifik dan unik terkait dengan program studi D4 Produksi Media, Politeknik Negeri Jember dengan menambahkan elemen interaktif yang mengajak penonton untuk berpartisipasi lebih lanjut sehingga dapat menarik minat calon mahasiswa baru nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminatuzahra, N., & Astuti, Y. D. (2024). Manajemen Komunikasi Pada Akun Instagram @Batang.Update Sebagai Platform Citizen Journalism. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 22-35.
- Ernawati, A., Astuti, E. Z., & Arifin, Z. (2022). Pembuatan Video Profil dan Penguatan Promosi PMDK Drumblek Ungaran Kabupaten Semarang. *Jurnal Abdidas*, 3(6), 997-1008. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i6.708>

- Hanif, R., Sidi, A. P., & Annisa, A. R. (2024). Model Aida Pada Pelayanan Pelanggan Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 19-33.
- Jordan, S. K. (2021). Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action (Aida) Terhadap Efektivitas Iklan Spotify. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2).
- Junaedi, R. A. (2024). Kajian Aksiologi Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2020. *Biram Samtani Sains*, 8(2), 61-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.55542/jbss.v8i2.1059>
- Junaedi, R.A. (2024a). *Pembuatan Konten Promosi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember Kampus 2 Kabupaten Bondowoso*. Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Provinsi Bali.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 246/D/0T/2023 tentang Izin Pendirian Program Studi D4 Produksi Media Politeknik Negeri Jember. Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Mathory, E. A. S., & Syahna, S. (2022). Dampak video promosi objek wisata pada peningkatan pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 105-119.
- Pratama, M. H., Misnawati, D., & Wijayani, I. (2022). Video Profil BUMDes Sebagai Media Promosi Desa Surabaya Timur. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 100-110.
- Purbaningsih, Y., Putri, S. E., Bangkara, B. A., Nurofik, A., & Zahari, M. (2022). Understanding the AIDA model in marketing small business in the digital age: Opportunities and challenges. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 19978-19989.
- Rachman, N A., & Rukiati, E. (2023). The Function of Messages in Organizational Communication in the Establishment of the Media Production Study Program. *Journal of Language, Communication and Tourism*, 2(1), 18-23.
- Theodora, D. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 12(1), 37-47. <https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>