

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merancang video iklan sebagai media promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) di Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Metode yang digunakan mencakup analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi target *audiens*, preferensi visual, dan pesan kunci. Konsep kreatif dikembangkan untuk menghasilkan ide dan tema menarik yang relevan. *Storyboard* dirancang untuk merinci setiap adegan agar alur cerita kohesif. Produksi video menggunakan teknik dan peralatan berkualitas tinggi untuk memastikan visual dan audio yang optimal. Hasilnya menunjukkan bahwa video iklan dengan visual menarik dan pesan jelas dapat meningkatkan kesadaran dan minat calon mahasiswa. Video ini didistribusikan melalui *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok. Evaluasi efektivitas melalui survei dan analisis data menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah tampilan, suka, komentar, dan berbagi. Kesimpulannya, video iklan ini efektif meningkatkan visibilitas dan daya tarik Program Studi DKV serta memperkuat citra positif institusi.

Kata kunci: Video, Promosi, Mahasiswa