

ABSTRAK

Di era digital saat ini, video kreatif sangat penting untuk mempromosikan institusi pendidikan. Akademi Tata Boga Bandung memiliki strategi pembuatan video kreatif yang bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi tersebut serta kendala yang dihadapi dalam pembuatan video kreatif di media sosial TikTok @akademitatabogabandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan melibatkan kombinasi elemen video kreatif yang memenuhi tujuh elemen proses: autentisitas, merepresentasikan jurusan secara menarik dan relevan; storytelling yang kuat, meningkatkan keterlibatan dan citra positif; kejelasan pesan, menyampaikan informasi melalui visual yang jelas; optimalisasi untuk platform media sosial, menggunakan format dan tren yang tepat; relevansi dan konteks visual, memanfaatkan elemen visual berkualitas tinggi; uji dan iterasi, mengevaluasi konten berdasarkan data; serta pemanfaatan momen viral, memanfaatkan tren yang relevan (Scott, 2020). Video tersebut berhasil merepresentasikan jurusan pastry secara efektif dan menarik minat audiens, khususnya mahasiswa baru. Namun, Akademi Tata Boga Bandung menghadapi kendala dalam pembuatan video TikTok, seperti kurangnya ide kreatif yang relevan, keterlibatan talent, lambatnya produksi, pengaturan waktu unggah, dan algoritma TikTok yang tidak stabil.

Kata Kunci: Akademi Tata Boga Bandung, Elemen Video Kreatif, Media Sosial, Tiktok.

ABSTRACT

In today's digital era, creative videos are essential for promoting educational institutions. The Bandung Culinary Academy has a creative video production strategy aimed at understanding its implementation and the challenges faced in producing creative videos on the TikTok social media platform @akademitatabogabandung. The research method used is qualitative with a descriptive approach, and data were obtained through observation, interviews, and documentation. The data validity technique uses source triangulation. The research findings show that the strategy implemented involves a combination of creative video elements that meet the seven process elements: authenticity, representing the department in an engaging and relevant way; strong storytelling, enhancing engagement and a positive image; message clarity, conveying information through clear visuals; optimization for social media platforms, using the right formats and trends; visual relevance and context, utilizing high-quality visual elements; testing and iteration, evaluating content based on data; and leveraging viral moments, capitalizing on relevant trends (Scott, 2020). The video successfully represents the pastry department effectively and attracts the interest of the audience, particularly new students. However, the Bandung Culinary Academy faces challenges in producing TikTok videos, such as a lack of relevant creative ideas, talent involvement, slow production, upload timing, and TikTok's unstable algorithm.

Keywords: *Bandung Culinary Academy, Creative Video Elements, Creative Video, Social Media, TikTok*