

MENYIASATI PELUANG

Menghasilkan Uang sebagai Videografer (7)

ARTGRID adalah layanan muda yang diluncurkan pada tahun 2019 oleh tim yang sama di belakang merek musik Artist. Apa yang membedakan mereka dalam rekaman stok adalah mereka menawarkan konten dari sinematografer top, dengan fokus kuat pada penceritaan dan kualitas artistik dan teknis. Hasilnya adalah perpustakaan kelas atas yang dikemas dengan video dalam HD dan 4K, semuanya bebas royalti dan siap menjadi bagian dari produksi Anda. Dalam platform unik ini, Anda dapat mencari video menggunakan kata kunci seperti di tempat lain, tetapi Anda juga dapat menemukan cerita, di mana setiap membuat film menyatukan apa saja dari 3 hingga 100 klip untuk menunjukkan kepada Anda potensi penggunaan. Cerita dibuat berdasarkan lokasi, tema, atau narasi, dan merupakan cara yang menarik untuk mendapatkan konten dan inspirasi berkualitas tinggi untuk proyek Anda.

Jonathan Mateer, memberikan tip untuk para pemula untuk memasarkan Video di ArtGrid atau tempat lainnya. Dalam situasi saat ini, pemasaran video tidak pernah lebih kritis. Di era defisit perhatian, penting untuk memastikan konten Anda semenarik mungkin. Dalam posting ini, akan memastikan video pemasaran Anda ditargetkan ke audiens yang Anda tuju, menjelaskan tahapan produksi dan menyusun berbagai opsi video untuk dipilih. Apa pasar untuk video pemasaran saya?

Hal pertama yang ingin Anda putuskan adalah apa tujuan video Anda. Untuk melakukan itu, Anda harus memutuskan siapa audiens yang Anda tuju. Dua keputusan ini berjalan seiring karena strategi pemasaran akan sangat berbeda untuk pelanggan yang sudah ada daripada yang baru. Mengetahui siapa yang ingin Anda jangkau adalah hal mendasar dalam strategi pemasaran video.

Untuk klien baru Anda atau mereka yang tidak terbiasa dengan konten Anda, Anda pasti ingin membuat video yang hanya meningkatkan kesadaran akan merek, produk, atau persona Anda. Video ini dirancang untuk menarik perhatian pemirsa, membuat mereka menyadari ada sesuatu yang hilang dalam hidup mereka dan bahwa apa yang Anda tawarkan adalah solusi yang menarik. Video explainer adalah opsi yang bagus untuk tahap ini.

Bagi mereka yang mengetahui merek Anda, Anda pasti ingin membuat video konten yang menunjukkan produk Anda beraksi. Karena orang-orang ini mempertimbangkan Anda di antara opsi lain, mereka ingin melihat bagaimana merek Anda menonjol dari yang lain. Anda juga dapat beriklan ke bisnis lain sebagai cara untuk berpotensi mendapatkan hubungan baru dengan produsen yang berbeda. Video produk dan konten sosial adalah pilihan bagus untuk tahap ini!. Untuk klien yang akan membeli sesuatu, Anda pasti ingin membuat konten yang menunjukkan kepada calon pelanggan bahwa mereka akan puas dengan merek Anda. Untuk melakukan ini, ada baiknya jika mantan pelanggan memuji Anda atau konten kreatif lainnya karena menunjukkan kepuasan. Iklan dan testimonial adalah pilihan yang bagus untuk ini. Apa jenis utama video pemasaran?

Komersial

Iklan adalah jenis video pemasaran yang paling populer. Baik itu muncul di televisi, YouTube, atau di tempat lain, biasanya berdurasi 30 detik dan mencoba membuat representasi paling menarik dari produk Anda. Tujuan utamanya adalah untuk menarik pelanggan baru, jadi semakin mencolok produksi dan semakin bagus tampilan komersial Anda, semakin baik. Anda juga ingin memastikan iklan Anda memiliki daya tarik selalu mungkin, sehingga pesannya harus luas dan inklusif. Jika dilakukan dengan benar, satu jenis pemasaran video yang paling efektif.

Prof Dr M Suyanto, Rektor Universitas Amikom Yogyakarta -d



KR-Istimewa

SEBANYAK 250 siswa kelas VII dan guru SMPN 2 Yogyakarta melakukan ziarah ke Taman Makam Pahlawan (TMP) Kusumanegara Yogyakarta, Selasa (9/11). Menurut Kepala SMPN 2 Widayat Umar SPd MPdSi, kegiatan ini dalam rangka memperingati Hari Pahlawan 10 November. "Kegiatan ini kita manfaatkan untuk meletakkan nilai-nilai karakter yang baik kepada siswa baru, seperti kedisiplinan, kerja sama, kerja keras dan semangat belajar," terang Umar kepada KR.

MENAG DAN MENTERI PPPA BERI DUKUNGAN
Penanganan Kekerasan Seksual di PT

JAKARTA (KR) - Kementerian Agama, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA) mengapresiasi dan mendukung terbitnya regulasi terkait pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di lingkungan perguruan tinggi (PT). Pencegahan kekerasan seksual harus dilakukan semua pihak, termasuk di lingkungan pendidikan.

Demikian disampaikan Menag Yaqut Cholil Qoumas dan Menteri PPPA Bintang Puspayoga di Jakarta secara virtual, Selasa (9/11). "Kami mendukung kebijakan yang telah dikeluarkan Mendikbudristek," kata Menag.

Pihaknya akan menerbitkan Surat Edaran (SE)

Sekretaris Jenderal Kemenag untuk mendukung kebijakan tersebut bagi Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri. Masyarakat tak boleh menutup mata dengan hal tersebut. Sebab, kekerasan seksual selama ini banyak terjadi di lingkungan pendidikan.

Sedangkan Menteri PPPA Bintang Puspayoga

mengatakan, mengapresiasi terbitnya Permendikbudristek No 30 Tahun 2021 tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) di Lingkungan PT.

"Kita melihat fakta, kasus kekerasan seksual terjadi di lingkungan PT nyata adanya dan kerap tidak tertangani dengan semestinya," ujar Bintang Puspayoga.

Menteri Bintang menegaskan, kampus sebagai lingkungan pendidikan tinggi sepatutnya menjadi tempat yang bersih dari segala tindak kekerasan seksual. Kekerasan seksual di lingkungan kampus dapat menurunkan kualitas pendidikan. **(Ati)-d**

SMPN 16 Yogya Perkuat Karakter Siswa

YOGYA (KR) - Memasuki usia ke-38 tahun, SMPN 16 Yogyakarta menguatkan karakter siswa. Selain itu, juga dilakukan peningkatan kreativitas, cinta warisan leluhur yakni dengan melestarikan seni dan budaya serta terus meningkatkan prestasi.

"Kami bertekad melestarikan seni dan budaya Yogyakarta yang adiluhung yang nantinya tercermin dalam sikap, perilaku dan kebiasaan sehari-hari. Dimulai kelas VII tahun pelajaran 2021/2022 merupakan syarat kelulusan peserta didik untuk menampilkan salah satu dari cabang seni, karawitan, tari, batik atau seni macapat," ujar Kepala SMPN 16 Yogyakarta, Sijiyana di sela-sela puncak HUT ke-38 SMPN 16, Senin (8/11).

Hadir dalam acara tersebut, Kepala Bidang Pendidikan Menengah Disdikpora Kota Yogyakarta, Hasyim SIP MAcc, perwakilan Pengurus Komite dan KTT, Tripika Kemantren Kraton, guru dan Karyawan sekolah. Puncak acara dengan menampilkan kreasi tari dari siswa berbakat.

Dikemukakan Sujiyana, dalam perjalanannya menuju 38 tahun, SMPN 16 mendapat kado istimewa, yakni meraih hasil ujian akhir daerah kelas IX (ASPD) tahun 2021 menempati peringkat 6 untuk sekolah negeri di Kota Yogya. Pada tahun yang sama di bulan Juli tim kreativitas tari dan tim musik tradisional Wirasabha masing-masing berhasil meraih juara 3 tingkat Kota dalam FLS2N 2021, dan di tingkat Provinsi DIY meraih juara Harapan 2.

HUT ke-38 Wirasabha SMPN 16 Yogyakarta dilaksanakan secara sederhana dengan tetap mengedepankan protokol kesehatan. Rangkaian kegiatan ulang tahun diawali berbagai kompetisi dalam mengembangkan kreativitas, penguatan karakter dan penguatan literasi secara virtual dengan peserta siswa SD di sekitar sekolah dan sekitar Kota Yogya.

Selain itu, juga lomba intern antar siswa SMPN 16. Adapun cabang lomba yang dipertandingkan antara lain mendongeng, lukis, menulis esai, poster digital, cipta puisi, baca puisi, *story telling*, cipta cerpen, pemanfaatan barang bekas, nyanyi tunggal dan lomba tari klasik gaya Yogyakarta. **(Jon)-d**



KR-Istimewa

Penampilan siswa berbakat dalam kreasi tari pada HUT SMPN 16.

EKONOMI

Astra Life Gandeng Traveloka

JAKARTA (KR) - PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) bekerjasama dengan Traveloka memperkenalkan kembali layanan asuransi kesehatan bagi masyarakat melalui produk AVA Life Protection dan AVA Health Protection. Produk perlindungan kesehatan yang menyeluruh agar masyarakat dapat lebih tenang menjalani aktivitasnya.

"Produk AVA Life Protection dan AVA Health Protection yang ditawarkan Astra Life, diharapkan dapat mendampingi masyarakat dalam memulai kembali aktivitasnya sehari-sehari maupun saat berlibur dengan tetap tenang dan nyaman, apalagi dengan kemudahan proses pembelian di Traveloka," kata Presiden Direktur Astra Life Windawati Tjahjadi di Jakarta, Selasa (8/11).

Dikatakan, produk AVA Life Protection dan AVA Health Protection memberikan manfaat santunan rawat inap, santunan rawat inap ICU, santunan aneka perawatan rumah sakit, penggantian biaya setelah rawat inap, santunan penyakit kritis serta manfaat meninggal dunia. "Besar manfaat yang dapat diberikan produk ini juga dapat diatur secara fleksibel. Nasabah juga dapat mengajukan klaim kepada Astra Life walaupun sudah atau sedang mengajukan klaim ke pihak asuransi lainnya," ujar Windawati.

Jumlah santunan tunai harian dapat disesuaikan, mulai dari Rp 100.000 - Rp 700.000 perhari. Critical Illness Benefit menyediakan opsi besaran manfaat sejumlah 10, 20, 30, 40 atau 50 kali lipat, sedangkan Surgical Benefit menyediakan opsi besaran manfaat sejumlah 5, 10 dan 15 kali lipat. **(Lmg)**

PLN Yogya Dukung BPTBA BRIN

YOGYA (KR) - PLN melakukan penyalaaan Perubahan Daya dari 82.5 kilovolt ampere (kVA) menjadi 690 kVA kepada Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang sekarang berubah nama menjadi Balai Penelitian Teknologi Bahan Alam (BPTBA) Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). BPTBA BRIN akan menempati gedung baru yang sangat membutuhkan daya listrik yang cukup dari PLN untuk penggunaan alat-alat penelitian dan laboratorium.

Pelaksanaan penyalaaan ini dilakukan PLN Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta dan PLN Unit Layanan Pelanggan (ULP) Wonosari. BRIN kini membawahi empat Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK). Keempat lembaga yang disatukan yakni LIPI, Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT), Badan Tenaga Nuklir Nasional (BATAN) dan Lembaga Penerbangan dan Antariksa Nasional (LAPAN).

"Kami memberikan apresiasi yang tinggi kepada PLN yang memberikan pelayanan dengan maksimal kepada pelanggan. Penambahan daya PLN ini akan digunakan untuk memperlancar infrastruktur dan sarana riset pangan di Indonesia agar semakin maju," ujar Plt Kepala Satker BPTBA BRIN Satriyo Krido Wahono.

Sementara itu, Manager PLN UP3 Yogyakarta Ahmad Mustaqir menyampaikan PLN selalu berupaya memberikan pelayanan listrik yang andal kepada pelanggan. **(Ira)**

PERMINTAAN BERTAMBAH, PRODUKSI BERKURANG

Harga Telur Ayam di DIY Melampaui HET

YOGYA (KR) - Harga komoditas telur ayam ras yang sebelumnya sempat mengalami penurunan tajam, kini mulai mengalami kenaikan harga seiring mulai bertambahnya permintaan masyarakat di DIY dan berkurangnya produksi. Sementara itu, harga minyak goreng kemasan maupun curah masih terpantau stabil tinggi pada pekan kedua November 2021 ini.

Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) DIY Yanto Apriyanto mengatakan, dari hasil pemantauan perkembangan harga komoditas bahan pokok pangan yang dilakukan di beberapa pasar tradisional di Kota Yogyakarta masih mengalami fluktuasi harga. Komoditas yang mengalami kenaikan harga sampai 11 persen adalah telur ayam ras yang sebelumnya sempat mengalami tekanan karena over produksi yang tidak diimbangi dengan permintaan pasar.

"Harga telur ayam ras yang semula di kisaran Rp 19.000 hingga Rp 21.000 naik menjadi Rp 24.200/ kg saat ini. Kenaikan harga telur ayam ras yang disebabkan permintaan pasar dan berkurangnya produksi ini bahkan sudah melebihi Harga Eceran Tertinggi (HET) yang ditetapkan pemerintah sebesar Rp 24.000/kg," ujarnya di Yogyakarta, Selasa (9/11).

Yanto mengatakan, harga minyak goreng di DIY masih stabil tinggi di kisaran Rp 17.300/liter hingga saat ini. Untuk itu, Disperindag DIY

GrabCar Premium Yogya Dipasangi Pembersih Udara



KR-Istimewa

GrabCar Protect dengan air purifier di setiap unit armada GrabCar Premium.

YOGYA (KR) - Grab memasang 250 unit Air Purifier atau pembersih udara para penumpang dalam bepergian menggunakan transportasi umum maupun jasa kendaraan online. Pihaknya menyadari para pelanggan sangat memperhatikan aspek kebersihan dan higienitas unit kendaraan selama bepergian, yang membawa kepada kampanye GrabCar Protect bersama pengadaan Air Purifier.

"Tujuan kampanye ini

telah melakukan koordinasi atas kenaikan minyak goreng menunggu tindak lanjut kebijakan pusat tentang ekspor minyak sawit mentah atau Crude Palm Oil (CPO). Sebab pabrik minyak goreng membeli sesuai mekanisme pasar sehingga harga produksi menjadi naik. "Harga minyak goreng di pasaran masih betah mahal karena pengaruh tingginya harga CPO yang belum mengalami penurunan. Harga minyak goreng kemasan Rp 17.300/ liter dan harga minyak goreng tanpa merek atau sawit curah plastik mencapai Rp 17.800/liter di pasaran," katanya.

Selanjutnya, komoditas bahan pangan lainnya yang mengalami kenaikan terjadi pada komoditas cabai. Kenaikan tersebut dipengaruhi cuaca dan permintaan konsumen. Harga cabai merah kering naik dari Rp 35.700 menjadi Rp 37.300/Kg, cabai merah besar dari Rp 26.000 menjadi

untuk menciptakan ruang lingkup yang lebih aman, bersih, serta nyaman bagi para pelanggan kami khususnya di kawasan Yogyakarta," tutur Neneng, Selasa (9/11).

Januari 2021 lalu Grab meluncurkan kolaborasi dengan perusahaan teknologi ternama di Indonesia yang bertujuan meningkatkan kualitas udara dalam mobil yang lebih baik.

Selain itu juga untuk meningkatkan pengalaman berkendara menyeluruh bagi pengguna melalui pemasangan unit Air Purifier pada 2.000 unit kendaraan GrabCar Premium. Kampanye pemasaran terintegrasi ini mulai diaplikasikan di Indonesia pada Februari 2021 selama dua bulan hingga April 2021 di Jakarta. Kini telah memperluas area ekspansi kampanye ke beberapa kota lainnya di Indonesia, yaitu Semarang, Solo, Bali dan Yogya. **(Sal)**

GoFood Promo Ongkir Resto Terdekat

YOGYA (KR) - GoFood, layanan pesan-antar makanan dari Gojek terus manjakan pelanggan dengan pilihan cara berkuliner yang lebih menarik dan terjangkau. GoFood menghadirkan promo ongkos kirim (ongkir) untuk pesanan dari resto terdekat atau maksimal 2 km dari lokasi pemesanan. Tidak hanya ongkir lebih hemat, pesanan dari resto terdekat juga memungkinkan pelanggan dapat menerima pesanan dengan waktu yang relatif lebih cepat.

Global Head Marketing GoFood Ichmeralda Rahman mengatakan, promo ongkir hingga 20 persen untuk pesanan dari resto terdekat ini berlaku di Jabodetabek, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Solo, Palembang, Medan dan Surabaya. Sebagai platform pencarian dan pesan-antar makanan andalan, GoFood terus berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner terbaik bagi pelanggan melalui berbagai cara.

"Kali ini, kami menghadirkan promo ongkir hemat di mana pelanggan cukup membuka tiles judul Terdekat atau Near Me dan memilih mitra UMKM yang berada dalam radius hingga 2 km. Lewat tiles Terdekat pelanggan bisa langsung menjelajah berbagai menu kuliner yang telah dikurasi berdasarkan lokasi terdekat dari tempat pemesanan," ujarnya di Yogyakarta, Selasa (9/11).

Ichmeralda menyampaikan, pelanggan juga semakin memudahkan dengan adanya fitur filter yang memungkinkan pelanggan mendapatkan rekomendasi langsung resto dengan rating dan ulasan terbaik di sekitar. Selain ongkir hemat, pelanggan dapat memaksimalkan promo menarik lainnya yang GoFood hadirkan secara rutin melalui Promo Kesebelasan yang merupakan bagian dari perayaan ulang tahun Gojek yang ke-11 hingga akhir November 2021. **(Ira)**