

BANGKIT HADI PANUNTUN, 20.240.0026

KONTEN VIDEO PROMOSI PRODUK SARUNG BATIK FAIRUS WATUSALAM PEKALONGAN BERBASIS MULTIMEDIA, di bawah bimbingan Dicke J.S.H Siregar, M.Kom dan Hari Agung, M.Kom.

75 + xiii halaman/ 18 gambar/ 12 tabel/15 pustaka

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan konten video promosi bagi produk sarung Batik Fairus Watusalam yang berasal dari Pekalongan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan brand awareness, memperkenalkan produk baru Batik Fairus kepada target audience, dan meningkatkan engagement dengan target audience di media sosial. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tiga tahap utama: pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi, dilakukan analisis kebutuhan pasar dan perancangan konsep video yang sesuai dengan karakteristik target audience. Tahap produksi melibatkan proses pembuatan video sesuai dengan konsep yang telah dirancang, termasuk pengambilan gambar dan pengeditan awal. Tahap pasca produksi mencakup penyuntingan akhir video, penambahan efek visual dan audio, serta distribusi konten ke berbagai platform media sosial. Untuk menguji konten video, dilakukan metode pengujian user accepted test (UAT) guna memastikan bahwa hasilnya sesuai dengan kebutuhan dan harapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten video promosi yang dikembangkan berhasil menarik perhatian target audience dan meningkatkan interaksi di media sosial. Dengan demikian, strategi promosi melalui konten video dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan engagement di media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi Batik Fairus dalam upaya membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Kata kunci: *konten video promosi, pengenalan produk baru, pra produksi, produksi, pasca produksi*

BANGKIT HADI PANUNTUN, 20.240.0026

KONTEN VIDEO PROMOSI PRODUK SARUNG BATIK FAIRUS WATUSALAM PEKALONGAN BERBASIS MULTIMEDIA, *under the supervision of Dicke J.S.H Siregar, M.Kom and Hari Agung, M.Kom.*

75 + xiii pages/ 18 images/ 12 tables/15 libraries

ABSTRACT

This study aims to develop promotional video content for Batik Fairus Watusalam sarong products from Pekalongan. The main objectives of this research are to increase brand awareness, introduce new Batik Fairus products to the target audience, and enhance engagement with the target audience on social media. The methodology used in this study includes three main stages: pre-production, production, and post-production. In the pre-production stage, market needs analysis and video concept design were conducted to align with the characteristics of the target audience. The production stage involved the process of creating the video according to the designed concept, including filming and initial editing. The post-production stage included final video editing, adding visual and audio effects, and distributing the content across various social media platforms. To test the video content, a user acceptance test (UAT) was conducted to ensure that the results meet the needs and expectations. The results showed that the developed promotional video content successfully attracted the target audience's attention and increased interaction on social media. Thus, promotional strategies through video content can be an effective tool to enhance brand awareness and engagement on social media. This study provides practical contributions to Batik Fairus in efforts to build stronger relationships with customers.

Keywords: *promotional video content, new product introduction, pre-production, production, post-production*