

EKA DWI SURYA ERLANGGA – 22.240.0073

PRODUKSI VIDEO *COMPANY PROFILE* BATIK TRIKOT SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DAN PENGUATAN CITRA DI ERA DIGITAL

Dibawah bimbingan Dicke J.S.H Siregar, M.Kom., dan Rizky Widjonarko, M.Kom.,
68+xii halaman / 13 gambar / 9 tabel / 2 lampiran / 22 pustaka (2019-2025)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi promosi industri kreatif, termasuk industri batik. Batik Trikot sebagai pelaku usaha batik lokal di Pekalongan menghadapi tantangan dalam membangun citra premium dan meningkatkan efektivitas promosi di tengah persaingan pasar digital. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan memproduksi video company profile Batik Trikot sebagai strategi promosi sekaligus sarana penguatan citra perusahaan di era digital. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Proses pengembangan video dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pada tahap praproduksi dilakukan perencanaan konsep, penyusunan naskah, storyline, dan storyboard. Tahap produksi berfokus pada pengambilan gambar proses produksi, aktivitas pemasaran, serta visual produk dengan penerapan teknik sinematografi yang sesuai. Tahap pascaproduksi meliputi proses penyuntingan video hingga menghasilkan video company profile yang siap dipublikasikan. Pengujian dilakukan menggunakan metode User Acceptance Testing (UAT) dengan indikator usability testing untuk menilai tingkat penerimaan, kemudahan, dan kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video company profile yang dihasilkan mampu merepresentasikan identitas Batik Trikot secara profesional, menampilkan nilai budaya, kualitas produk, serta inovasi perusahaan, dan dinilai efektif sebagai media promosi serta penguatan citra di platform digital. Video ini diharapkan dapat mendukung strategi branding Batik Trikot secara berkelanjutan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk batik lokal.

Kata kunci: video *company profile*, strategi promosi, penguatan citra, batik, media digital.