

RAFIQ PRIATMAJA, 22.240.0152

**VIDEO KONTEN PENGENALAN PRODUKSI BATIK KONDANG
CULTURE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL**

Dibawah bimbingan Dicke JSH Siregar, M.Kom dan Rizky Wijonarko, M.Kom
xi + 86 Halaman / 21 Gambar / 10 Tabel / 2 Lampiran / 31 Pustaka (2018-2024)

ABSTRAK

Perkembangan media digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan video konten sebagai sarana promosi yang efektif dan informatif. Batik Kondang Culture sebagai usaha di bidang fashion batik membutuhkan media promosi digital yang mampu memperkenalkan produk serta membangun citra merek kepada masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan menghasilkan video konten Batik Kondang Culture sebagai media promosi digital yang menarik dan mudah dipahami. Metode pengembangan yang digunakan meliputi tiga tahapan utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap pra produksi mencakup perencanaan konsep, pengumpulan data, dan penyusunan naskah. Tahap produksi meliputi perekaman video dan audio sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Selanjutnya, tahap pasca produksi meliputi proses editing, penambahan audio, color grading, hingga rendering video. Untuk mengetahui tingkat kelayakan dan penerimaan pengguna, video konten yang dihasilkan diuji menggunakan metode User Acceptance Testing (UAT) dengan kriteria usability testing yang meliputi learnability, memorability, efficiency, errors, dan satisfaction. Hasil pengujian menunjukkan bahwa video konten Batik Kondang Culture dapat diterima dengan baik oleh pengguna, mampu menyampaikan informasi produk secara jelas, serta layak digunakan sebagai media promosi digital.

Kata kunci: video konten, media promosi digital, Batik Kondang Culture, UAT, produksi video

RAFIQ PRIATMAJA, 22.240.0152

**VIDEO CONTENT INTRODUCING THE PRODUCTION OF FAMOUS
CULTURE BATIK AS A DIGITAL PROMOTION MEDIA**

Under the guidance of Dicke JSH Siregar, M.Kom and Rizky Wijonarko, M.Kom
xi + 86 Halaman / 21 Gambar / 10 Tabel / 2 Lampiran / 31 Pustaka (2018-2024)

ABSTRACT

The development of digital media encourages businesses to utilize video content as an effective and informative promotional tool. Batik Kondang Culture, as a batik fashion business, requires digital promotional media capable of introducing its products and building its brand image to the wider public. This research aims to design and produce video content for Batik Kondang Culture as an engaging and easy-to-understand digital promotional medium. The development method used includes three main stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage includes concept planning, data collection, and script writing. The production stage includes video and audio recording according to the predetermined concept. Furthermore, the post-production stage includes editing, adding audio, color grading, and video rendering. To determine the level of suitability and user acceptance, the resulting video content was tested using the User Acceptance Testing (UAT) method with usability testing criteria that include learnability, memorability, efficiency, errors, and satisfaction. The test results showed that the Batik Kondang Culture video content was well received by users, was able to convey product information clearly, and was suitable for use as a digital promotional medium.

Keywords : video konten, media promosi digital, Batik Kondang Culture, UAT, produksi video