

Abstrak

Skripsi karya ini membahas produksi video pemasaran digital yang berfokus pada desain grafis dan penyuntingan video untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sentra Ayam Inkung, Kalakijo, Bantul dengan metode pembelajaran kolaboratif (PAR). Kesenjangan digital yang dirasakan oleh UMKM dan peralihan strategi komunikasi pemasaran dari konvensional ke digital melatarbelakangi peneliti untuk membuat skripsi karya ini. Selain itu, skripsi karya ini dikerjakan secara berkelompok dengan tiga anggota. Skripsi karya ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mengedukasi UMKM Sentra Ayam Inkung Kalakijo, Bantul tentang produksi video digital sebagai strategi komunikasi pemasaran, khususnya pada aspek desain grafis dan penyuntingan video. Produksi video dilakukan selama lima minggu dan tahapannya diawali dengan pengenalan dan penguatan, dilanjutkan dengan produksi video pertama, berdasar tema, pelaporan dan evaluasi, serta terakhir finalisasi atau video penyesuaian akhir. Dalam setiap produksi video terdapat manajemen pembagian tahapan yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pembagian tugas dalam skripsi karya ini dibagi menjadi tiga yaitu manajemen produksi, perencanaan strategis dan penulis naskah, serta desain grafis dan penyuntingan video. Untuk desain grafis dan penyuntingan video, pembelajaran kolaboratif akan difokuskan pada pemilihan suara latar, pemilihan fon, transisi antarvideo, dan pengoreksian warna secara sederhana. Video komunikasi pemasaran digital berjumlah 15 video yang terbagi tiga untuk setiap mitra UMKM yang diunggah di Instagram dan TikTok.

Kata-kata kunci: Produksi video, komunikasi pemasaran digital, UMKM, *Participatory Action Research* (PAR), desain grafis, penyuntingan video.

Abstract

This thesis is a project that discusses the production of digital marketing videos which focuses on graphic design and video editing for MSMEs Sentra Ayam Inkung, Kalakijo, Bantul using the collaborative learning method (PAR). The digital gap felt by MSMEs and the shift in marketing communication strategy from conventional to digital is the background for researchers to write this thesis. In addition, this thesis work is done in groups with three members. This thesis aims to introduce and educate the UMKM Sentra Ayam Inkung Kalakijo, Bantul, about digital video production as a marketing communication strategy, particularly in the aspects of graphic design and video editing. Video production is carried out for five weeks and the stages begin with introduction and strengthening, followed by the production of the first video, video production based on themes, reporting and evaluation, and final adjustment video. In every video production, there is a three management stage, namely preproduction, production, and postproduction. This thesis's division of tasks is divided into production management, strategic planning and script writing, and graphic design and video editing. For graphic design and video editing, collaborative learning will focus on selecting backgrounds, choosing fonts, video transition, and colour correction in simple terms. There are 15 digital marketing communication videos divided into three for each MSMEs partner uploaded on Instagram and TikTok.

Keywords: Video production, digital marketing communications, MSMEs, Participatory Action Research (PAR), graphic desain, video editing.