

### **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 Inkgung, 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 Inkgung Kalakijo, Bantul tentang produksi video digital sebagai strategi komunikasi pemasaran, khususnya pada aspek manajerial produksi yaitu pengambilan gambar dan pengambilan suara. 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 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. Peneliti sebagai manajer produksi akan difokuskan pada bagian produksi yakni proses visualisasi teks, pengambilan gambar, dan pengambilan suara. 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), manajemen produksi

## **Abstract**

This thesis project is going to discuss the production of digital marketing video that focuses on graphic design and video editing for MSMEs Sentra Ayam Inkung, Kalakijo, Bantul, with Collaborative Learning Method (CLM). The digital disparities that is felt by MSMEs and the transition of communication strategy from conventional to digital is the background for the researchers to conduct this thesis project. Aside from that, this thesis project was done in a group of three. This thesis is intended to introduce and educate MSMEs Sentra Ayam Inkung, Kalakijo, Bantul, about digital video production as a marketing communication strategy, especially in the aspect of managerial production, which are voice recording and photo shoots. The video production was conducted for five weeks, which began from introduction and reinforcement, then continued with the first video production based on theme, reporting and evaluation, and finally the finalization or the final video adjustment. There is a distribution of stages in each of the video production, which is pre-production, production, and post-production. The division of tasks in this thesis was divided into three, which was production management, strategic planning and scriptwriter, as well as graphic design and video editing. Researcher is responsible as the production manager, focusing on the production stage, which consists of text visualization process, photo takes, and voice recording. There are 15 digital marketing communication videos divided into three for each of MSMEs partner uploaded on Instagram and TikTok.

**Keywords:** video production, digital marketing communication, MSMEs, Participatory Action Resarch (PAR), production management.