

## INTISARI

Perkembangan teknologi yang semakin canggih sekarang ini sangat berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan. Salah satu yang mengalami perkembangan sangat pesat adalah internet. Melalui internet dengan mudah seseorang dapat terkoneksi satu dengan yang lainnya, serta dapat mencari dan saling berbagi informasi secara cepat. SMK Bakti Husada memiliki produk yang sudah siap jual antara lain sabun cuci tangan, sabun cuci piring, dan deterjen. Dalam melakukan pemasaran masih secara offline sehingga membuat promosi kurang maksimal. Media sosial banyak digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu penerapan media sosial adalah sebagai media promosi. Media sosial dianggap mampu meningkatkan branding dan meningkatkan penjualan. Tujuan dari pembuatan video promosi adalah untuk mempromosikan produk SMK Bakti Husada ke masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan branding. Metode penelitian yang digunakan yaitu wawancara, studi pustaka, dokumentasi, kuesioner dan observasi. Dalam pembuatan video promosi menggunakan teknik motion graphic, typography, dan motion tracking. Metode pengembangan yang di gunakan adalah metode Multimedia Developmen Live Cycle (MDLC). Video promosi dengan durasi 1 menit 30 detik. Hasil pengujian terhadap 30 responden menunjukkan 86,04%, artinya video promosi produk SMK Bakti Husada sudah layak untuk dipromosikan.

Kata kunci: Media Sosial, Promosi, Motion Graphic, Typography, Motion Tracking.

## **ABSTRACT**

*The development of increasingly sophisticated technology has greatly influenced various aspects of life. One that is experiencing very rapid development is the internet. Through the internet, a person can easily connect to one another, and can search and share information quickly. SMK Bakti Husada has products that are ready to sell, including hand washing soap, dish soap and detergent. In doing marketing it is still offline so it makes promotion less optimal. Social media is widely used by people in everyday life. One of the applications of social media is as a promotional media. Social media can increase branding and increase sales. The purpose of making promotional videos is to develop SMK Bakti Husada products to the wider community so that they can increase branding. The research method used is interview, literature study, documentation, questionnaire and observation. In making promotional videos using motion graphics, typography, and motion tracking techniques. The development method used is the Multimedia Development Live Cycle (MDLC) method. Promotion of videos with a duration of 1 minute 30 seconds. The test results of 30 respondents showed 86.04%, namely the promotional video for the products of SMK Bakti Husada, which was worthy of promotion.*

*Keywords: Social Media, Promotion, Motion Graphic, Typography, Motion Tracking.*