

## INTISARI

Permasalahan yang dihadapi oleh Kedai Kopi Nyopi Skuyy antara lain kualitas konten visual dan narasi yang masih kurang menarik, kurangnya variasi footage B-roll yang membuat video terkesan monoton akibat durasi A-roll yang terlalu panjang, minimnya perencanaan konten, serta belum optimalnya penggunaan fitur analitik media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui proses perancangan, produksi, serta evaluasi media visual. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penerapan teknik B-Roll dan motion graphic dalam perancangan video promosi Kedai Kopi Nyopi Skuyy. Teknik B-Roll diterapkan untuk memperkaya visual dengan variasi pengambilan gambar yang menarik, sedangkan motion graphic digunakan untuk mempertegas pesan dan memperkuat identitas brand dalam video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi teknik B-Roll dan motion graphic secara signifikan meningkatkan kualitas dan daya tarik visual dari video promosi. Evaluasi yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden menggunakan skala Likert menghasilkan rata-rata indeks kepuasan sebesar 92,5% dengan kategori "Sangat Setuju". Hal ini mengindikasikan bahwa video promosi dinilai menarik, informatif, dan layak digunakan sebagai media promosi. Selain itu, keberhasilan video juga ditunjang oleh struktur editing yang baik, pencahayaan yang optimal, serta pengolahan audio yang mendukung. Keseluruhan elemen produksi memberikan hasil akhir yang profesional, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens. Penerapan desain komunikasi visual yang disesuaikan dengan karakteristik target audiens turut berkontribusi dalam meningkatkan brand awareness Kedai Kopi Nyopi Skuyy, yang tercermin dari persepsi positif masyarakat terhadap visual dan pesan yang disampaikan dalam video.

Kata kunci: Video promosi, B-Roll, motion graphic, editing video, brand awareness, desain komunikasi visual.

## **ABSTRACT**

*The challenges faced include the lack of engaging quality in visual content and narration, limited variation in B-roll footage which makes the video appear monotonous due to the excessively long A-roll duration, minimal content planning, and the suboptimal use of social media analytics features. The research method used is a combination of qualitative and quantitative approaches through the processes of design, production, and evaluation of visual media. This study aims to determine the effectiveness of applying B-roll and motion graphic techniques in designing promotional videos for Kedai Kopi Nyopi Skuyy. The B-roll technique is applied to enrich the visuals with varied and engaging shots, while motion graphics are used to emphasize the message and strengthen the brand identity within the video. The results show that the combination of B-roll and motion graphics significantly improves the quality and visual appeal of the promotional video. The evaluation, conducted by distributing questionnaires to 40 respondents using a Likert scale, yielded an average satisfaction index of 92.5% in the "Strongly Agree" category. This indicates that the promotional video is considered attractive, informative, and suitable for use as a promotional medium. Additionally, the success of the video was supported by well-structured editing, optimal lighting, and supportive audio processing. All production elements contributed to a professional, communicative final product that was easy for the audience to understand. The application of visual communication design tailored to the target audience's characteristics also contributed to increasing brand awareness for Kedai Kopi Nyopi Skuyy, as reflected in the public's positive perception of the visuals and messages conveyed in the video.*

*Keywords: Promotional video, B-Roll, motion graphics, video editing, brand awareness, visual communication design.*