

INTISARI

Griya Asri Karangsalam merupakan proyek perumahan milik PT Tarizza Asri Sejahtera yang berlokasi di Jalan Rajawali, Karangsalam Kidul, Kedung Banteng, Dusun II, Karangsalam Kidul, Kec. Kedungbanteng, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152. Namun Griya Asri Karangsalam tidak adanya tim digital marketing atau content creator sehingga pengelolaan dalam promosi tersebut masih kurang maksimal. Pemasaran yang sudah dilakukan hanya menggunakan banner, brosur dan poster digital serta video sederhana yang kemudian disebar melalui media sosial instagram dan facebook serta dipasang iklan di jalan yang masih kurang maksimal dalam menyampaikan informasi. Saat ini bagian yang mengatur promosi pada sosial media masih ditangani oleh divisi EDP/ IT Maintenance yang terkadang dibantu oleh head office. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan studi pustaka. Metode pengembangan system yang digunakan yaitu Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa telah berhasil dibuat sebuah video promosi yang dapat di gunakan pada media social serta hasil dari pengujian beta testing dengan jumlah responden 176 maka rata-rata index dari responden sebesar 77.92% yang masuk dalam kategori setuju.

Kata kunci: Video, Promosi, Griya Asri Karangsalam, Timelapse, RESIS

ABSTRACT

Griya Asri Karangsalam is a housing project owned by PT. Tarizza Asri Sejahtera which is located on Jalan Rajawali, Karangsalam Kidul, Kedung Banteng, Hamlet II, Karangsalam Kidul, Kec. Kedungbanteng, Banyumas Regency, Central Java 53152. However, Griya Asri Karangsalam does not have a digital marketing team or content creator, so the management of the promotion is still not optimal. The marketing that has been done only uses digital banners, brochures and posters as well as simple videos which are then distributed through social media Instagram and Facebook as well as advertised on the street which is still not optimal in conveying information. Currently, the division that regulates promotion on social media is still handled by the EDP/IT Maintenance division, which is sometimes assisted by the head office. Data collection methods in this study are observation, interviews, literature study and documentation. The system development method used is PreProduction, Production, Post Production. From the results of the results of beta testing with 176 respondents, the average index of respondents is 77.92% who fall into the agree category and it can be concluded that a promotional videos which has been sucessfully made can be used on social media.

Keyword: Videos, Promotional, Griya Asri Karangsalam, Timelapse, RESIS