

RINGKASAN

Dablongan Clothing merupakan sebuah tempat usaha yang bergerak dibidang pakaian yaitu kaos yang disablون dengan desain unik khas Banyumas yang terletak di Jalan Overste Isdiman Gg. Wibisono No.62 Purwokerto. Selama ini promosi yang dilakukan hanya dengan mengunggah foto produk di media sosial saja, oleh karena itu perlu adanya trobosan baru untuk mempromosikan produk Dablongan Clothing salah satunya dengan Pembuatan video iklan sebagai media promosi menggunakan teknik kinetic typography. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan sebagai media promosi menggunakan teknik kinetic typography. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode pengembangan oleh M.Suyanto yang terdiri dari tiga tahap, yaitu Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi. Hasil penelitian ini berupa video iklan sebagai media promosi menggunakan teknik kinetic typography. Pengujian menggunakan alpha beta testing. Penilaian video ini membagikan 30 kuesioner kepada 30 responden dengan 5 pernyataan, untuk jumlah penilaian dari persentase menggunakan skala likert dengan hasil rata-rata index 30 responden sebesar 93,73% sehingga termasuk kategori sangat setuju.

Kata kunci: Video, Iklan, Kinetic Typography.



ABSTRACT

Dablongan Clothing is a place of business that moves in the field of clothing shirts are torn with unique design typical Banyumas located on Overste Isdiman Road Gg. Wibisono No.62 Purwokerto. During this promotion is done only by uploading photos of products in social media only, therefore the need for a new trobosan to promote products Dablongan Clothing one of them by Making video ads as a media campaign using kinetic typography techniques. The purpose of this research is to make video advertisement as promotion media using kinetic typography technique. Data collection methods used in this study are observation, interview and literature study. System development method used is development method by M.Suyanto which consists of three stages, namely Pre Production, Production, Post Production. The results of this study in the form of video advertising as a media campaign using kinetic typography techniques. Testing uses alpha beta testing. This video assessment distributed 30 questionnaires to 30 respondents with 5 statements, for the number of ratings from the percentage using Likert scale with the average result index of 30 respondents amounted to 93.73% so that included the category strongly agree.

Keywords: Video, Advertising, Kinetic Typography.

