PERANCANGAN VIDEO PROMOSI ANNISA TENUN MASALILI SULAWESI TENGGARA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif menuntut pelaku usaha lokal untuk memiliki strategi promosi yang efektif agar mampu bersaing dan dikenal oleh masyarakat luas. Annisa Tenun Masalili merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Sulawesi Tenggara yang bergerak di bidang produksi kain tenun tradisional dengan nilai budaya yang tinggi. Namun, keterbatasan media promosi yang menarik dan komunikatif menyebabkan tingkat *brand awareness* terhadap produk ini masih tergolong rendah. Oleh karena itu, diperlukan media promosi yang mampu menyampaikan nilai budaya, proses produksi, serta identitas merek secara visual dan emosional. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang video promosi Annisa Tenun Masalili sebagai media komunikasi visual guna meningkatkan *brand awareness* di kalangan wisatawan lokal. Metode perancangan yang digunakan meliputi tahap pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur, dilanjutkan dengan analisis kebutuhan komunikasi, perumusan konsep pesan dan konsep visual, hingga tahap produksi dan pascaproduksi video. Konsep visual yang diterapkan mengusung pendekatan dokumenter sinematik dengan penekanan pada proses menenun, filosofi motif, serta pengemasan produk sebagai representasi perpaduan antara tradisi dan modernitas.Hasil perancangan berupa video promosi dalam tiga versi durasi, yaitu 3 menit, 1 menit, dan 30 detik, yang dirancang untuk berbagai kebutuhan media promosi, khususnya media digital. Video ini diharapkan mampu memperkenalkan identitas Annisa Tenun Masalili secara lebih luas, membangun citra merek yang positif, serta menumbuhkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap kain tenun khas Sulawesi Tenggara sebagai warisan budaya yang bernilai tinggi.

Kata kunci: Video promosi, *brand awareness*, tenun Masalili, multimedia, budaya lokal.

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI ANNISA TENUN MASALILI SULAWESI TENGGARA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

ABSTRACT

The development of the creative industry requires local business actors to have effective promotional strategies in order to compete and be widely recognized by the public. Annisa Tenun Masalili is one of the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Southeast Sulawesi engaged in the production of traditional woven fabrics with high cultural value. However, the limited use of attractive and communicative promotional media has resulted in a relatively low level of brand awareness for this product. Therefore, promotional media that can convey cultural values, production processes, and brand identity in a visual and emotional manner is needed. This final project aims to design a promotional video for Annisa Tenun Masalili as a visual communication medium to increase brand awareness among local tourists. The design method includes data collection through observation, interviews, and literature studies, followed by an analysis of communication needs, formulation of message and visual concepts, and the production and post-production stages of the video. The visual concept adopts a cinematic documentary approach, emphasizing the weaving process, the philosophy of the motifs, and product packaging as a representation of the fusion between tradition and modernity. The final output is a promotional video produced in three duration versions, namely 3 minutes, 1 minute, and 30 seconds, designed for various promotional media needs, particularly digital media. This video is expected to introduce the identity of Annisa Tenun Masalili more broadly, build a positive brand image, and foster public awareness and appreciation of traditional woven fabrics from Southeast Sulawesi as valuable cultural heritage.

Keywords: *Promotional video, brand awareness, Masalili weaving, multimedia, local culture.*