

ABSTRAK

Video promosi merupakan bagian dari strategi komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan produk secara menarik dan efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan memproduksi video promosi baju karate merek Yokaido melalui media sosial guna meningkatkan citra dan daya tarik produk kepada khalayak sasaran. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan observasi lapangan, wawancara, studi pustaka, serta eksplorasi desain. Kegiatan perancangan dilakukan melalui beberapa tahap, mulai dari identifikasi permasalahan, perumusan konsep visual dan pesan, pembuatan storyline dan storyboard, proses produksi meliputi pengambilan gambar di tiga lokasi yaitu dojo, turnamen karate, dan konveksi, serta proses pascaproduksi melalui penyuntingan video. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis visual dan naratif terhadap hasil video yang diproduksi, disesuaikan dengan target audiens serta karakter media sosial. Hasil dari kegiatan ini berupa tiga video promosi berdurasi pendek dengan format vertikal yang dirancang untuk didistribusikan melalui media sosial seperti Instagram Reels. Video pertama menampilkan aktivitas latihan karate anak-anak, video kedua merekam suasana turnamen karate tingkat universitas, dan video ketiga memperlihatkan detail bahan dan kualitas produk baju karate Yokaido. Secara keseluruhan, hasil perancangan ini berhasil menggambarkan nilai-nilai kekuatan, ketangguhan, dan kenyamanan produk, serta membangun citra profesional dan modern bagi merek Yokaido.

Kata kunci: Video promosi, komunikasi visual, media sosial, karate, desain

ABSTRACT

Promotional videos are a part of visual communication strategies used to deliver product messages in an engaging and effective way. The purpose of this research is to design and produce a promotional video for the Yokaido karate uniform brand through social media, aiming to enhance the brand's image and appeal to its target audience. The method applied in this project is qualitative, involving field observation, interviews, literature studies, and visual design exploration. The design process includes several stages, starting from problem identification, the development of visual concepts and messaging, creation of storyline and storyboard, production involving video shooting at three different locations—dojo, karate tournament, and garment workshop—followed by post-production editing. The analysis technique used focuses on visual and narrative analysis of the final videos, ensuring alignment with the target audience and the characteristics of social media platforms. The final output consists of three short promotional videos in vertical format, intended for distribution via platforms such as Instagram Reels. The first video highlights children's karate training activities, the second captures the atmosphere of a university-level karate tournament, and the third showcases material details and the overall quality of the Yokaido karate uniform. Overall, the final design effectively communicates the values of strength, durability, and comfort, while reinforcing a professional and modern brand image for Yokaido.

Keywords: Promotional video, visual communication, social media, karate, design