

ABSTRAK

Maiyani. (2021). Pembuatan Video Promosi Batik Khas Minangkabau di Rumah Batik Putiandam Kota Padang. *Makalah*. Program Studi Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penulisan makalah ini bertujuan untuk mendeskripsikan langkah-langkah pembuatan video promosi batik menggunakan aplikasi *kinemaster* dan mendeskripsikan hasil produk video promosi batik khas Minangkabau di Rumah Batik Putiandam Kota Padang. Metode dalam penulisan makalah ini menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang pemecahan masalah untuk merancang produk video promosi di Rumah Batik Putiandam. Pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi yang bertujuan untuk mengamati permasalahan yang terjadi Rumah Batik Putiandam, selanjutnya melakukan penyebaran angket kuisioner untuk memperoleh hasil uji coba produk dari sepuluh orang responden. Tahapan dalam pembuatan video ada tiga yaitu: (1) Pra produksi yang merupakan tahap persiapan sebelum dilakukan proses perekaman video pada. Pra produksi meliputi tujuh kegiatan, pertama menentukan ide untuk tema video yang akan dibuat. Kedua, pembuatan sinopsis yang merupakan ringkasan atau alur cerita dalam video secara menyeluruh. Ketiga, pembuatan *treatment* yang merupakan rangkaian alur cerita dalam video dibuat lebih detail per segmen. Keempat, *Storyboard* merupakan naskah yang dituangkan dalam bentuk gambar atau sketsa yang berguna untuk memudahkan *cameraman* dalam pengambilan gambar. Kelima, pembuatan *shooting script* yang merupakan konsep penyajian adegan atau aktivitas yang akan direkam. Keenam, perencanaan produksi merupakan tahap dalam merencanakan semua hal yang dibutuhkan pada saat proses produksi video dilakukan. Tahap perencanaan meliputi kegiatan perencanaan lokasi, tim produksi, peralatan, dan jadwal produksi video. Ketujuh persiapan produksi yang meliputi survei ke lokasi perekaman video, menghubungi pihak yang berkontribusi dalam proses perekaman video, dan mempersiapkan peralatan apakah berfungsi dengan baik atau tidak. (2) Tahap produksi yang merupakan tahap perekaman video berdasarkan hal yang dipersiapkan pada tahap pra produksi. (3) Tahap pasca produksi yang merupakan tahap pengeditan video agar menjadi tayangan yang menarik. Tahap pasca produksi meliputi membuat proyek baru, memilih aspek rasio, impor media, menambahkan teks, dan ekspor video. Kemudian untuk menguji kelayakan video dilakukan uji coba dengan menyebarkan angket kepada sepuluh orang responden. Angket tersebut berisi tiga indikator dengan total sepuluh pertanyaan yang meliputi kelayakan tampilan video, kelayakan informasi, dan kelayakan promosi. Berdasarkan hasil angket dapat disimpulkan bahwa 88% jawaban termasuk kategori layak, sedangkan 12% lainnya menjawab kurang layak, karena tampilan video yang agak gelap yang menyebabkan video kurang jelas, sehingga dilakukan perbaikan. Hasil akhir video diunggah melalui *platform youtube*.