

## ABSTRAK

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat dengan tujuan utama menyediakan akomodasi bagi tamu untuk keperluan bisnis, rekreasi, atau lainnya. Dalam persaingan yang ketat, perusahaan hotel berusaha membedakan diri melalui layanan unggul, fasilitas terbaik, serta pengalaman menarik. Inovasi teknologi dan strategi promosi kreatif menjadi kunci untuk menjaga daya saing, terutama melalui media digital seperti video promosi yang terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness*. Hotel Femina Padang, sebagai salah satu hotel di Kota Padang, hingga saat ini belum melakukan promosi melalui media video. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang video promosi sebagai solusi untuk meningkatkan *brand awareness* dan daya tarik konsumen.

Rancangan video promosi ini menggunakan analisis data yaitu teori SWOT S.W.O.T (*Strength, Weaknesses, Opportunity, dan Treatment*) untuk meningkatkan pengunjung yang datang dengan menggunakan teori komunikasi, desain *layout*, dan warna.

Proses perancangan menghasilkan media utama berupa video promosi yang berdurasi 1 menit 45 detik 43 *second* yang akan menampilkan beberapa wilayah di kota Padang serta Hotel Femina. Dalam perancangan ini perancang akan menggunakan tiga orang *talent* dan juga narasi pada video promosi. Alur cerita pada perancangan video promosi dimulai dari memperlihatkan kantor, Bandara Internasional Minangkabau, Masjid Raya Syekh Ahmad Khatib Al Minangkabawi, Pantai Padang, Hotel Femina. Serta dilengkapi dengan media pendukung berupa seperti poster, spanduk, *x-banner*, *leaflet*, *name card*, gantungan kunci, *mug*, stiker, dan *t-shirt*.

Kata Kunci: Promosi, Hotel Femina Padang, Perancangan, Video, Pengunjung.

## **ABSTRACT**

*The hospitality industry is one of the fastest growing economic sectors with the main objective of providing accommodation for guests for business, recreation, or other purposes. In the tight competition, hotel companies strive to differentiate themselves through superior service, the best facilities, and interesting experiences. Technological innovation and creative promotional strategies are the keys to maintaining competitiveness, especially through digital media such as promotional videos that have proven effective in increasing brand awareness. Hotel Femina Padang, as one of the hotels in Padang City, has not yet promoted through video media. Therefore, this study aims to design a promotional video as a solution to increase brand awareness and consumer appeal.*

*The design of this promotional video uses data analysis, namely the SWOT S.W.O.T theory (Strength, Weaknesses, Opportunity, and Treatment) to increase visitors who come by using communication theory, layout design, and color.*

*The design process produces the main media in the form of a promotional video with a duration of 1 minute 45 seconds 43 seconds which will feature several areas in Padang City and Hotel Femina. In this design, the designer will use three talents and also narration in the promotional video. The storyline in the promotional video design starts from showing the office, Minangkabau International Airport, Sheikh Ahmad Khatib Al Minangkabawi Grand Mosque, Padang Beach, Femina Hotel. And equipped with supporting media such as posters, banners, x-banners, leaflets, name cards, key chains, mugs, stickers, and t-shirts.*

*Keywords: Promotion, Hotel Femina Padang, Design, Video, Visitors.*