

ABSTRAK

Di Provinsi Sumatera Barat ada beberapa usaha songket di daerah Kabupaten Agam. Salah satunya adalah Usaha Songket Tenun Minang. Video promosi merupakan bentuk penayangan informasi yang bersifat audio visual yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan masyarakat tentang Kain Songket Tenun Minang. Kegiatan promosi Kain Songket Tenun Minang dapat mengingatkan kesadaran masyarakat tentang budaya pemakaian songket. Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan Usaha Songket Tenun Minang ini kepada masyarakat luas. Menciptakan sebuah perancangan Video Promosi agar lebih memiliki citra yang baik di masyarakat, agar membuat Usaha Songket Tenun Minang menjadi lebih kuat dan lebih dikenali lagi dari segi identitas. Metode yang dipakai pada perancangan usaha Songket Tenun Minang ini memakai metode SWOT dan metode perancangan *Design Thinking*. Pada *Design Thinking* melalui tahapan yang mana (*empathize*) melakukan pengamatan terhadap pengguna bagaimana berinteraksi dengan lingkungan untuk dapat memahami apa yang dibutuhkan pengguna, (*define*) dilakukan dengan merumuskan masalah utama, (*ideate*) ide distrukturkan untuk mencapai tujuan diciptakan video promosi, dimana usaha songket tenun minang memerlukan daya tarik, (*prototype*) tujuannya untuk menguji aspek dari sebuah solusi desain yang telah dihasilkan, (*Test*) yaitu menguji konsep dengan audiens. Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran, baik dalam bidang komersial maupun non komersial. Dalam kegiatan promosi mempunyai tujuan umum agar orang lain atau pelanggan semakin sadar akan produk serta layanan suatu perusahaan atau bisnis. Melalui promosi juga akan membantu meningkatkan citra perusahaan kepada publik atau masyarakat.

Kata Kunci: Video Promosi, Promosi, usaha Songket Tenun Minang

ABSTRACT

In West Sumatra Province, there are several songket businesses in the Agam Regency area. One of them is the Minang Songket Weaving Business. Promotional videos are a form of displaying audio-visual information which aims to inform, influence and remind the public about Minang Woven Songket Cloth. Promotional activities for Minang Woven Songket Cloth can raise public awareness about the culture of wearing songket. This design aims to introduce the Minang Songket Weaving Business to the wider community. Creating a Promotional Video design to have a better image in society, to make the Minang Songket Weaving Business stronger and more recognizable in terms of identity. The method used in designing the Minang Songket Weaving business uses the SWOT method and Desain Thingking. In Desain Thingking, the stage are (empathize) observing users on how they interact with the environment to understand what users need, (define) formulating the main problem, (ideate) Structuring ideas to achieve the goal of creating a promotional video, where the minang woven songket business requires attraction, (prototype) the goal is to test aspects of a desain solution that has been produced, (test) testing the concept with the audience. Promotion is one of the marketing activities, both in the commercial and non-commercial fields. Promotional activities have the general aim of making other people or customers more aware of the products and services of a company or business. Through promotion it will also help improve the company's image to the public or society.

Keywords: Promotional Video, Promotion, Minang Songket Weaving business