

ABSTRAK

Sebuah brand *fashion* yang berfokus pada produksi produk ramah lingkungan sesuai dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Didirikan oleh Vivy Mulia di Padang, Sumatera Barat, pada tahun 2021, Ecobaik mengintegrasikan teknik ramah lingkungan seperti *ecoprint*, *shibori*, dan *upcycling* dalam pembuatan *fashion* dan aksesorisnya. Teknik *ecoprint*, yang menggunakan bahan organik seperti daun dan bunga, menghasilkan pola unik pada kain, menggabungkan *estetika modern* dengan tanggung jawab lingkungan. Dengan *tagline* "Cinta Bumi, Cinta Sesama," Ecobaik menekankan nilai keberlanjutan dan kemanusiaan dalam bisnisnya. Meskipun menghadapi tantangan berupa rendahnya kesadaran konsumen tentang *fashion* berkelanjutan di Indonesia. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan daya tarik dan brand awareness produk Ecobaik melalui media promosi visual yang komunikatif, informatif, dan persuasif. Perancangan ini menggunakan metode analisis *SWOT* (*strength, weakness, opportunities, Threats*). Hasil dari analisis tersebut kemudian dijadikan dasar dalam merumuskan strategi kreatif, konsep visual, serta penyusunan naskah video iklan. Video promosi dirancang dengan pendekatan tema iklan komersial yang menitikberatkan pada penyampaian pesan sederhana, mudah diingat, dan menarik perhatian target audiens. Proses perancangan meliputi tahap pra-produksi (perencanaan konsep, penulisan naskah, dan *storyboard*), produksi (pengambilan gambar, audio, dan visualisasi produk), serta pasca-produksi (penyuntingan, penambahan musik, dan efek visual). Hasil akhir berupa video promosi yang diharapkan mampu meningkatkan citra positif produk Ecobaik, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung strategi pemasaran perusahaan secara efektif.

Kata kunci: Media Informasi, Videografi, Branding

ABSTRACT

A fashion brand focused on producing environmentally friendly products in line with the Sustainable Development Goals (SDGs). Founded by Vivy Mulia in Padang, West Sumatra, in 2021, Ecobaik integrates eco-friendly techniques such as ecoprint, shibori, and upcycling in its fashion and accessory creations. The ecoprint technique, which uses organic materials such as leaves and flowers, produces unique patterns on fabrics, combining modern aesthetics with environmental responsibility. With the tagline "Love the Earth, Love Others," Ecobaik emphasizes the values of sustainability and humanity in its business. Despite facing challenges such as low consumer awareness of sustainable fashion in Indonesia, the goal of this design is to increase the appeal and brand awareness of Ecobaik products through communicative, informative, and persuasive visual promotional media. This design uses the SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, and threats) analysis method. The results of this analysis are then used as the basis for formulating creative strategies, visual concepts, and developing advertising video scripts. The promotional video is designed with a commercial advertising theme approach that emphasizes delivering simple, memorable messages that attract the attention of the target audience. The design process includes pre-production (concept planning, scriptwriting, and storyboarding), production (photography, audio, and product visualization), and post-production (editing, adding music, and visual effects). The final result is a promotional video that is expected to enhance the positive image of Ecobaik products, expand market reach, and effectively support the company's marketing strategy.

Keywords: *Information Media, Videography, Branding*