

Perancangan Video Promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama

Annisa Nurul Fajri^{1✉}, Widia Marta²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Komunikasi Visual
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
e-mail: Annisa@gmail.com

ABSTRAK

Jahe merah merupakan salah satu rempah yang memiliki banyak manfaat kesehatan, seperti meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan mengatasi berbagai masalah pencernaan. Jahe merah juga dikenal karena kemampuannya dalam meredakan mual, mengurangi peradangan, dan meningkatkan sirkulasi darah. Melihat potensi ini, perancangan video promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat jahe merah serta mempromosikan produk serbuk jahe merah tersebut. Video ini dapat memberikan edukasi yang komprehensif mengenai keunggulan dan manfaat kesehatan jahe merah, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat luas. Perancangan video promosi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan serta preferensi konsumen terhadap produk serbuk jahe merah. Melalui pendekatan ini, dapat diperoleh informasi yang mendalam mengenai persepsi konsumen dan bagaimana cara terbaik untuk menyampaikan pesan promosi. Proses perancangan video promosi ini meliputi tiga tahap utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi, dilakukan perencanaan konsep video, penulisan skenario, dan persiapan teknis lainnya. Perencanaan yang matang pada tahap ini sangat penting untuk memastikan bahwa semua elemen yang diperlukan telah siap sebelum proses produksi dimulai. Tahap produksi mencakup proses pengambilan gambar dan rekaman audio yang sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Pada tahap ini, kualitas gambar dan suara sangat diperhatikan untuk memastikan hasil yang maksimal. Sedangkan pada tahap pasca produksi, dilakukan pengeditan video, penambahan efek, dan penyelesaian akhir sebelum video siap untuk dipublikasikan. Proses pengeditan ini bertujuan untuk menyempurnakan video agar lebih menarik dan informatif. Secara keseluruhan, hasil dari perancangan video promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama ini dapat menarik minat konsumen, meningkatkan penjualan produk, serta memberikan informasi yang bermanfaat mengenai manfaat kesehatan jahe merah kepada masyarakat luas. Video ini tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media edukasi yang dapat memperluas pengetahuan masyarakat tentang manfaat jahe merah.

Kata kunci: Jahe Merah, Video Promosi, Promosi Produk.

ABSTRACT

Red ginger is one of the spices with numerous health benefits, such as boosting the immune system and addressing various digestive issues. Red ginger is also known for its ability to relieve nausea, reduce inflammation, and improve blood circulation. Recognizing this potential, the design of the promotional video for Berkah Bersama Red Ginger Powder aims to raise public awareness about the benefits of red ginger and promote the red ginger powder product. This video can provide comprehensive education about the advantages and health benefits of red ginger, thus attracting the attention of the broader community. The design of this promotional video uses a qualitative descriptive approach. This method is used to identify and analyze consumer needs and preferences for the red ginger powder product. Through this approach, in-depth information can be obtained about consumer perceptions and the best ways to convey the promotional message. The promotional video design process includes three main stages: pre-production, production, and post-production. In the pre-production stage, video concept planning, scriptwriting, and other technical preparations are carried out. Thorough planning at this stage is crucial to ensure that all necessary elements are ready before the production process begins. The production stage involves the process of filming and audio recording according to the planned concept. At this stage, the quality of images and sound is highly emphasized to ensure optimal results. In the post-production stage, video editing, adding effects, and finalizing are done before the video is ready for publication. This editing process aims to perfect the video to make it more engaging and informative. Overall, the result of the promotional video design for Berkah Bersama Red Ginger Powder can attract consumer interest, increase product sales, and provide useful information about the health benefits of red ginger to the wider community. This video serves not only as a promotional tool but also as an educational medium that can broaden public knowledge about the benefits of red ginger..

Keyword: Red Ginger, Promotional Video, Product Promotion.

PENDAHULUAN

Jahe merah, yang dikenal dalam bahasa ilmiah sebagai *Zingiber officinale var. rubrum*, merupakan salah satu rempah yang sangat berharga dan memiliki berbagai manfaat kesehatan [1]. Di Sumatera Barat, jahe merah telah menjadi bagian integral dari tradisi kuliner dan pengobatan lokal. Komoditas ini dikenal karena kualitasnya yang tinggi dan kemampuannya untuk memberikan berbagai manfaat kesehatan, seperti meningkatkan sistem kekebalan tubuh, mengatasi masalah pencernaan, meredakan mual, mengurangi peradangan, dan meningkatkan sirkulasi darah [2],[3].

Perkembangan jahe merah di Sumatera Barat menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir [4]. Wilayah ini memiliki kondisi tanah dan iklim yang ideal untuk pertumbuhan jahe merah, yang memungkinkan produksi dalam skala besar. Para petani di daerah ini telah mengadopsi teknik budidaya modern dan pengelolaan tanaman yang lebih efisien, yang berdampak positif pada kualitas dan kuantitas hasil panen. Sebagai hasilnya, jahe merah dari Sumatera Barat kini tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar lokal tetapi juga memiliki potensi ekspor yang menjanjikan [5].

Namun, meskipun terdapat kemajuan dalam produksi, industri serbuk jahe merah menghadapi berbagai tantangan. Salah satu isu utama adalah kurangnya kesadaran di kalangan masyarakat mengenai manfaat kesehatan jahe merah dan kualitas produk serbuk jahe merah yang tersedia di pasaran [6]. Banyak konsumen yang belum sepenuhnya memahami perbedaan antara produk serbuk jahe merah berkualitas tinggi dan produk yang kurang berkualitas. Hal ini seringkali menyebabkan kebingungan dan ketidakpuasan di antara konsumen serta menghambat potensi pasar untuk produk serbuk jahe merah [7],[8].

Produk serbuk jahe merah memiliki beberapa fenomena masalah yang sering dihadapi meliputi kualitas produk yang tidak konsisten, kurangnya informasi yang jelas mengenai manfaat kesehatan, dan kurangnya promosi yang efektif. Banyak produk serbuk jahe merah yang tersedia di pasaran tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan, seperti kandungan bahan aktif yang rendah, proses pengolahan yang tidak higienis, atau penambahan bahan pengawet dan aditif yang tidak diperlukan [9].

Masalah lainnya adalah kurangnya edukasi yang memadai tentang manfaat kesehatan jahe merah. Meskipun jahe merah memiliki banyak manfaat yang terbukti secara ilmiah, informasi mengenai manfaat tersebut sering kali tidak disampaikan dengan jelas kepada konsumen. Akibatnya, banyak orang yang tidak mengetahui potensi manfaat kesehatan dari mengonsumsi serbuk jahe merah secara teratur [10],[11].

Selain itu, promosi yang kurang efektif juga menjadi masalah signifikan. Banyak produsen serbuk jahe merah tidak memanfaatkan strategi pemasaran yang modern dan efisien. Mereka seringkali bergantung pada metode promosi tradisional yang tidak dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini menyebabkan produk mereka kurang dikenal dan sulit untuk bersaing dengan produk sejenis di pasar [12].

Untuk mengatasi berbagai masalah tersebut, perancangan video promosi untuk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama menjadi langkah strategis yang penting. Media promosi audio-visual, seperti video, menawarkan sejumlah keuntungan yang tidak dapat dicapai oleh media promosi tradisional. Salah satu keuntungan utama dari media audio-visual adalah kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami. Video dapat menggabungkan elemen visual, audio, dan teks untuk menciptakan pesan yang lebih komprehensif dan memikat [13],[14].

Citra visual dalam video promosi sangat penting untuk menarik perhatian audiens dan membangun citra positif produk [15]. Melalui penggunaan teknik visual yang menarik, seperti grafis yang berkualitas tinggi, animasi, dan footage yang relevan, video dapat menampilkan produk dengan cara yang lebih menarik dan profesional. Hal ini tidak hanya membuat produk lebih menonjol tetapi juga membantu menciptakan kesan yang kuat di benak konsumen [16].

Media audio-visual terbaru juga memungkinkan produsen untuk menyampaikan pesan yang lebih jelas dan informatif. Dalam video promosi, produsen dapat menjelaskan manfaat kesehatan dari serbuk jahe merah secara mendetail, menunjukkan proses produksi yang berkualitas, dan memberikan testimoni dari pengguna yang puas. Semua elemen ini dapat digabungkan untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan pemahaman konsumen tentang produk.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang Video Promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama dari berbagai aspek, memastikan kualitas produk, dan mengidentifikasi peluang untuk perbaikan dan inovasi.

1. Observasi

Metode pengumpulan data yang perancang terapkan melibatkan observasi langsung ke pemilik dan pendiri usaha produk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama. Dari observasi ini, perancang memperoleh informasi mengenai suasana tempat produksi yang dikelola langsung oleh pemilik usaha. Produksi serbuk jahe merah dilakukan di Gallery 88, sebuah fasilitas yang disediakan oleh pemerintah daerah setempat untuk mendukung perkembangan produk UMKM dengan menyediakan alat produksi berkualitas tinggi.

Proses produksi serbuk jahe merah tidak dilakukan setiap hari, melainkan sekitar tiga bulan sekali, tergantung pada ketersediaan bahan baku dan permintaan produk. Strategi promosi produk Berkah Bersama dimulai dengan metode promosi pintu ke pintu, yang membantu memperkenalkan produk di lingkungan sekitar. Seiring waktu, strategi promosi ini telah berkembang melalui media sosial dan partisipasi dalam berbagai kegiatan seperti bazar kuliner. Meskipun demikian, strategi yang telah diterapkan masih belum cukup untuk mencapai target pasar yang lebih luas.

2. Wawancara

Perancang melakukan wawancara langsung dengan pemilik produk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama, yaitu Ukok Kadavi, yang berlangsung di kediamannya. Dari hasil wawancara tersebut, penulis memperoleh informasi mengenai kurangnya media promosi dalam bentuk audio-visual untuk produk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama. Pemilik usaha juga menyampaikan bahwa media promosi yang ada saat ini belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

3. Dokumentasi

- Dokumentasi berfungsi sebagai catatan rinci dari seluruh tahapan perancangan, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Hal ini memastikan setiap langkah dan keputusan yang diambil selama proses dapat direferensi kembali jika diperlukan.
- Melalui dokumentasi, proses perancangan dan pelaksanaan dapat dievaluasi untuk menemukan apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki. Ini menjadi sumber pembelajaran yang berharga untuk proyek-proyek serupa di masa mendatang.



Gambar 1. Wawancara bersama owner



Gambar 2. Produk



Gambar 3. Gallery 88

Metode Analisa Data

Analisis Data SWOT pada Perancangan Video Promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama [17].

1. Strengths (Kekuatan)

a. Kualitas Produk

- Produksi di Gallery 88 Produk Serbuk Jahe Merah menunjukkan komitmen terhadap standar kualitas produk yang tinggi.
- Manfaat Kesehatan pada Jahe merah dikenal memiliki banyak manfaat kesehatan seperti meningkatkan sistem kekebalan tubuh, meredakan mual, mengurangi peradangan, dan meningkatkan sirkulasi darah. Manfaat ini bisa menjadi poin utama dalam promosi produk.

b. Komitmen Pemilik

- Inisiatif Promosi Pemilik usaha, Ukok Kadavi, memiliki inisiatif untuk mempromosikan produk secara langsung, dari pintu ke pintu, hingga menggunakan media sosial. Ini menunjukkan dedikasi yang tinggi terhadap pengembangan produk.

2. Weaknesses (Kelemahan)

a. Kurangnya Media Promosi Audio-Visual

- Minimnya Materi Promosi Saat ini, Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama belum memiliki media promosi dalam bentuk audio-visual yang efektif, sehingga pesan manfaat dan kualitas produk belum tersampaikan dengan optimal.

- b. Frekuensi Produksi
 - 1) Produksi Periodik Produksi yang dilakukan hanya kurang-lebih tiga bulan sekali bisa menjadi kendala dalam memenuhi permintaan pasar yang lebih luas secara konsisten.
- c. Keterbatasan Jangkauan Pasar
 - 1) Promosi Lokal Meskipun strategi promosi sudah berkembang melalui media sosial dan bazar kuliner, jangkauan pasar masih terbatas pada lingkungan sekitar dan belum mampu menjangkau audiens yang lebih luas.
- 3. Opportunities (Peluang)
 - a. Penggunaan Media Sosial dan Digital
 - 1) Potensi Media Sosial Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube menawarkan platform yang luas untuk menjangkau audiens yang lebih besar dengan biaya yang relatif rendah.
 - 2) Pemasaran Digital Iklan online dan kampanye digital dapat membantu meningkatkan visibilitas produk dan mencapai target audiens yang lebih spesifik.
 - b. Edukasi Konsumen
 - 1) Meningkatkan Kesadaran: Video promosi dapat digunakan untuk memberikan edukasi kepada konsumen mengenai manfaat kesehatan jahe merah, sehingga dapat meningkatkan minat dan permintaan produk.
 - c. Partisipasi dalam Acara dan Bazar
 - 1) Bazar Kuliner dan Acara Komunitas: Mengikuti lebih banyak acara dan bazar dapat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen baru dan memperluas jangkauan pasar.
- 4. Threats (Ancaman)
 - a. Persaingan Pasar
 - 1) Produk Serupa Terdapat banyak produk serbuk jahe merah lainnya di pasaran, yang berarti persaingan cukup ketat. Produk harus menonjol untuk menarik perhatian konsumen.
 - 2) Inovasi dari Pesaing Pesaing mungkin juga menggunakan strategi promosi yang lebih canggih dan inovatif, yang dapat mengurangi pangsa pasar Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama.
 - b. Ketidakstabilan Pasokan
 - 1) Ketersediaan bahan baku jahe merah yang tidak stabil dapat mengganggu proses produksi dan memenuhi permintaan pasar.
 - 2) Perubahan Preferensi Konsumen Perubahan tren dan preferensi konsumen terhadap produk kesehatan dan herbal dapat mempengaruhi permintaan produk jahe merah.
 - 3) Rekomendasi Strategi
 - c. Peningkatan Media Promosi

- 1) Membuat video promosi yang menarik dan informatif, menekankan kualitas produk dan manfaat kesehatan jahe merah.
- 2) Menggunakan media sosial dan platform digital secara maksimal untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Metode Perancangan

Metode 4D (Discover, Define, Develop, Deliver) adalah kerangka kerja yang digunakan dalam perancangan video promosi. Berikut adalah penerapan metode 4D pada perancangan video promosi untuk produk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama:

- 1. Discover (Menemukan)
 - a. Tujuan: Memahami target audiens dan kebutuhan mereka.
 - b. Aktivitas: Penelitian pasar, wawancara pelanggan, analisis kompetitor, dan identifikasi tren.
 - c. Hasil: Gambaran jelas tentang audiens dan pesan utama yang perlu disampaikan.
- 2. Define (Menentukan)
 - a. Tujuan: Menetapkan visi dan arah video promosi.
 - b. Aktivitas: Menyusun brief kreatif, menentukan tema dan gaya video, membuat storyboard.
 - c. Hasil: Konsep video yang terstruktur dan selaras dengan tujuan pemasaran.
- 3. Develop (Mengembangkan)
 - a. Tujuan: Mengembangkan konten dan materi video.
 - b. Aktivitas: Produksi video termasuk pengambilan gambar, perekaman suara, dan pengeditan.
 - c. Hasil: Video yang siap ditinjau dan disesuaikan berdasarkan feedback.
- 4. Deliver (Mengirim)
 - a. Tujuan: Menyebarkan video ke audiens target.
 - b. Aktivitas: Distribusi melalui berbagai saluran (media sosial, website, email marketing).
 - c. Hasil: Video promosi yang efektif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Perancangan

Konsep perancangan video promosi untuk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama bisa mencakup beberapa elemen kunci untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan secara efektif:

- 1. Tujuan Video
 - Meningkatkan Kesadaran audiens tentang manfaat kesehatan dari Serbuk Jahe Merah. Mendorong audiens untuk membeli produk melalui ajakan bertindak yang jelas.
- 2. Audiens Target
 - Pecinta Kesehatan Orang-orang yang tertarik dengan produk kesehatan dan suplemen alami. Keluarga dan Individu Aktif yang mencari solusi alami untuk meningkatkan kesehatan.
- 3. Pesan Utama

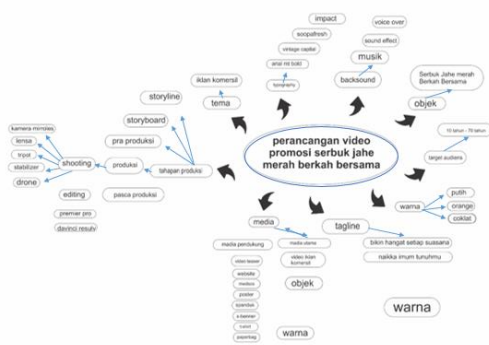
Manfaat Kesehatan kesehatan dari konsumsi Serbuk Jahe Merah, seperti peningkatan daya tahan tubuh dan pencernaan. Menjelaskan keunggulan produk dibandingkan dengan produk sejenis di pasar.

4. Konsep Visual

Estetika Alami Menggunakan warna dan elemen desain yang mencerminkan kualitas alami dan kesehatan, seperti warna hijau dan merah yang lembut. Proses Pembuatan Menampilkan proses pembuatan serbuk jahe merah dari bahan baku hingga produk akhir. Testimoni Pelanggan Menggunakan testimoni dari pelanggan yang telah merasakan manfaat produk. Narasi dan Audio Cerita yang Menginspirasi Menggunakan narasi yang menceritakan manfaat produk dengan gaya yang persuasif dan informatif. Musik dan Efek Suara Memilih musik latar yang menyegarkan dan efek suara yang mendukung pesan kesehatan.

Brainstorming

Brainstorming adalah langkah krusial dalam perancangan video promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama karena memungkinkan kita untuk mengeksplorasi berbagai ide kreatif dan strategi yang dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas video [18]. Melalui proses ini, kita dapat menemukan cara terbaik untuk menyampaikan pesan dengan jelas, menggugah minat audiens, dan menonjolkan manfaat unik dari produk kita. Dengan melibatkan berbagai perspektif dan ide, kita memastikan bahwa video yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga mampu mencapai tujuan promosi secara maksimal.



Gambar 5. braistorming

Pra produksi

1. Studi tipografi

Jenis tipografi yang akan digunakan dalam perancangan video promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama adalah Arial Rounded MT Bold. Font ini dipilih karena menawarkan kemudahan baca dan pemahaman yang optimal bagi audiens. Arial Rounded MT Bold dirancang untuk memberikan kesan sederhana namun elegan, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan efektif oleh target audiens.

Selain itu, pemilihan tipografi ini bertujuan untuk memastikan konsistensi desain di berbagai media pendukung, baik cetak maupun elektronik, sehingga menciptakan keseragaman visual yang mendukung media utama promosi.

Tabel 1. Studi tifografi

Tipografi	Komunikasi	Keterbacaan	Estetika	Penerapan
impact	✓	✓	✓	Media Pendukung
Arial Rounded MT Bold	✓	✓	✓	Media Utama dan pendukung

2. Studi warna

Dalam perancangan media utama dan pendukung promosi untuk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama, warna yang akan digunakan adalah oranye, coklat, dan putih. Pemilihan warna ini disesuaikan dengan latar suasana dan konsep yang telah ada, serta diambil dari warna serbuk jahe itu sendiri. Warna oranye mencerminkan energi dan keceriaan, coklat menonjolkan kesan alami dan kehangatan, sementara putih memberikan kesan bersih dan elegan. Kombinasi warna ini dirancang untuk menciptakan keselarasan visual yang mendukung identitas merek dan menarik perhatian audiens.

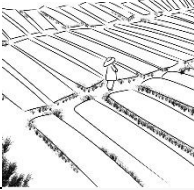
Tabel 2. Study warna

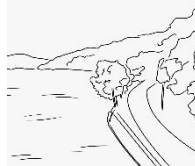
VISUAL	NAMA	KODE	ARTI
	Orange	#D8933f	Kelembutan, Ketertarikan, & Keceriaan.
	Coklat	#5E3122	Hangat , Manis & Setia
	Putih	#FFFFFF	Kemurnian, Kepolosan & menciptakan estetika

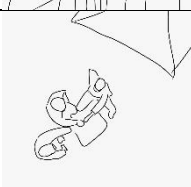
3. Storyboard

Storyboard adalah alat visual yang penting dalam perancangan video promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama. Ini berfungsi sebagai panduan yang memetakan setiap adegan dan urutan visual yang akan ditampilkan dalam video. Dengan menyajikan sketsa atau ilustrasi dari setiap bagian video, storyboard membantu tim kreatif memahami dan merencanakan bagaimana setiap elemen akan disampaikan, mulai dari penempatan teks, penggunaan warna, hingga tata letak visual. Penggunaan storyboard dalam perancangan ini memastikan bahwa konsep yang dirancang dapat diterjemahkan secara konsisten dan efektif dalam video, sehingga pesan promosi dapat disampaikan dengan jelas dan menarik.

Tabel 3. Storyboard

NO	VISUAL	SKRIP	KAMERA	TIME
1.		Petani menyusuri kebun	Drone	3"
2.		Petani menanam jahe	Long shoot	2"
		Petani menanam jahe	Close up	2"
4.		Petani menyiram tanaman	Medium close up	2"
5.		Petani memanen jahe	Medium shot	3"
6.		Petani meletakkan hasil panen di meja	Long shot	3"
7.		Jahe yang sudah menjadi bubuk	Close up	2"
8.		Seorang anak sedang minum jahe	Medium shot	4"
9.		Ibu anak menghampiri	Long shot	3"

10		View danau singkarak	drone	4"
11		Anak muda yang sedang minum jahe	wide shot	3'
12		Anak muda mengobrol di area camp	wide shot	3"
13		View danau area camp	drone	3"
14		Sekumpulan bapak-bapak sedang gobrol	Medium shot	4"
15		Ibu warung membawa pesanan jahe	Medium close up	3"
16		Bapak-bapak minum jahe	Close up	3"
17		Ibu warung mengambil kemasan produk	Clode up	2"
18		Ibu warung membuat minuman jahe	Close up	2"

19		Flashback anak minum jahe	Medium close up	2"
20		Flashback bapak minum jahe	Close up	2"
21		Flashback anak muda minum jahe	drone	3"

Produksi

Dalam tahap produksi video promosi serbuk jahe merah berkah bersama, pengambilan gambar dilakukan di berbagai lokasi untuk memastikan visual yang variatif dan mendukung pesan yang ingin disampaikan. Proses dimulai dengan pengambilan gambar di kedai dan rumah, dengan prioritas pada lokasi indoor karena kondisi cuaca yang tidak mendukung pada hari pertama. Pengambilan gambar dilanjutkan pada hari kedua di lokasi outdoor, termasuk kebun, area camp, dan danau singkarak. Pendekatan ini dirancang untuk menciptakan latar yang menarik dan relevan, mencerminkan berbagai aspek dari produk dan konsep promosi yang diinginkan.



Gambar 6. Produksi iklan



Gambar 7. Take Video iklan



Gambar 8. Take video 3

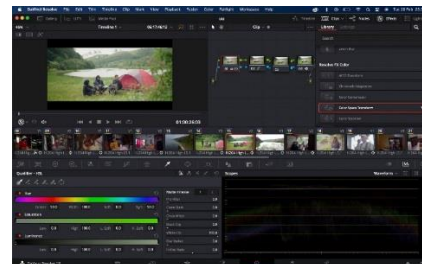
Pasca produksi

1. Editing

Ada beberapa langkah dalam melakukan pengeditan perancangan media utama video promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama, antara lain: Capture, merupakan proses pemindahan gambar yang telah direkam dengan kamera ke computer PC. Pemindahan data video dikelompokkan sesuai dengan storyboard agar mempermudah dalam pengeditan. Editing video, merupakan pengolahan gambar setelah di pindahkan ke computer, proses pengeolahan video dilakukan menggunakan software adobe after effect cc 2021 dan davinci resolv. Ada beberapa tahap saat pengeditan yaitu:.



Gambar 9. Proses editing 1



Gambar 10. Proses editing 2

2. Rendering

Finalisasi dari keseluruhan hasil editing dilakukan dalam aplikasi perangkat lunak, kemudian diubah menjadi file MP4. Format ini memungkinkan video diputar di berbagai media player. Proses rendering memerlukan waktu untuk menyelesaikan konversi dan memastikan kualitas video sesuai standar.



Gambar 11. Rendering



Gambar 12. Pengaplikasi iklan

Media pendukung

Dalam perancangan video promosi Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama, media pendukung memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan dan memperkuat pesan promosi. Poster dan spanduk dirancang untuk meningkatkan visibilitas produk dengan menampilkan informasi penting di lokasi-lokasi strategis. X-banner digunakan untuk promosi yang efektif di berbagai event dan titik penjualan, memastikan bahwa produk terlihat jelas di acara-acara yang relevan. Merchandise seperti mug dan t-shirt berfungsi untuk menciptakan pengalaman positif bagi konsumen serta menyebarluaskan merek secara tidak langsung. Apron dipilih untuk meningkatkan identitas visual di lokasi kafe atau tempat penjualan, memberikan kesan profesional dan konsisten. Kartu nama menyediakan informasi kontak yang penting dengan cara yang profesional, memudahkan koneksi bisnis. Selain itu, stiker menawarkan fleksibilitas promosi tambahan di berbagai tempat, memperkuat kehadiran merek di kalangan konsumen dan meningkatkan kesadaran produk.



Gambar 13. Poster



Gambar 14. Spanduk



Gambar 15. X-banner



Gambar 16. Tote bag



Gambar 17. T-shirt



Gambar 18. Brosur



Gambar 19. Stiker



Gambar 20. Mug

KESIMPULAN

Perancangan video promosi untuk Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan visibilitas produk di pasar. Usaha Berkah Bersama, yang beralamat di Kp. Jawa, Kec. Tj. Harapan, Kota Solok, Sumatera Barat, telah terdaftar di BPOM, memiliki sertifikat halal, dan menawarkan produk unggulan berupa serbuk jahe merah siap saji. Pengolahan produk dilakukan di dapur Galeri 88 dengan peralatan lengkap dan standar mutu yang terjamin. Dalam perancangan video promosi ini, media promosi video dipilih karena kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara menarik dan efektif. Video ini dirancang untuk melengkapi media promosi yang telah ada, dengan tujuan utama meningkatkan pengenalan produk di kalangan masyarakat luas. Diharapkan bahwa video promosi ini akan membantu Berkah Bersama untuk bersaing lebih baik di pasar modern dan internasional, menjadikannya salah satu produk unggulan dari Kota Solok. Dengan implementasi video promosi yang strategis, diharapkan Serbuk Jahe Merah Berkah Bersama dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen, memperkuat citra merek, dan mencapai hasil pemasaran yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Redi Aryanta, I. W. (2019). MANFAAT JAHE UNTUK KESEHATAN. *Widya Kesehatan*, 1(2), 39–43. <https://doi.org/10.32795/widyakesehatan.v1i2.463>
- [2] Wahyuni, E. D. (2022). Prospek Komoditi Jahe di Sumatera Barat. *Jurnal Ekobistek*, 1–7. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v1i1.219>
- [3] Putra Bungsu, I. M., Budaraga, I. K., & Yessirita, N. (2021). Pengaruh penambahan serbuk jahe merah (*Zingiber officinale* Var. *rubrum*) terhadap teh hasil kempaan daun gambir (*Uncaria gambir* Roxb). *Jurnal Research Ilmu Pertanian (JRIP)*, 2(1), 120–129.
- [4] Cut, R. A. (2023). *Skrining Aktivitas Antimikroba Ekstrak Jamur Endofit yang Diisolasi dari Tanaman Jahe Merah (Zingiber officinale Roscoe var. rubrum)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- [5] Nurhayati, A. P. D., Ersandy, A. R. D., Sa'adah, N. N., Setiawan, E., Ashuri, N. M., Indiani, A. M., Wahyudi, A., Rintaningrum, R., & Wayan, N. (2022). Diversifikasi Produk Herbal Serbuk Instan Jahe Merah dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo, Kota Batu. *Sewagati*, 6(4), 1–8. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i4.88>
- [6] Zain, H. S. (2021). TA: *Perancangan Destination Branding Desa Kureksari sebagai Kampung TOGA untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Budidaya TOGA* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- [7] Maulana, A. (2021). The Human Capital in Revolution Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 5, 1–8.
- [8] Sopian, S., & Oesman, Y. M. (2023). Pengembangan Produk Olahan Jahe Untuk Memperluas Pasar Ekspor (Studi Kasus Di Sarongge). *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(8), 2150–2167. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i8.425>
- [9] Ayu, C., Wuryantoro, W., Nursan, M., Mandalika, E. N. D., Wathoni, N., Supartiningsih, S., ... & Yusuf, M. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Petani Buah Berbasis Agroindustri Jahe Di Desa Pemepek. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 5611–5616.
- [10] Lentera, T. (2002). *Khasiat dan manfaat jahe merah si rimpang ajaib*. AgroMedia.
- [11] A'ini, Z. F., Soenarno, S. M., & Alf, Z. R. (2022). Hasil Edukasi Healthy Food Jelly Jahe Di PKK Mawar Kramat Jati, Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Biologi Dan Sains*, 1(1), 51–59. <https://doi.org/10.30998/jpmbio.v1i1.1037>
- [12] Sujana, D., Mulyana, I., & Hidayat, A. (2021). Peningkatan Pemasaran Digital Marketing Produk Wedang Jahe Chik-Ah Kecamatan Pamulihan Kabupaten Sumedang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 947–953. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1390>
- [13] Al Farisy, M. F., Putra, I. D. A. D., & Yudiarti, D. (2023). Perancangan Media Promosi Jahe Merah Dalapan. *eProceedings of Art & Design*, 10(6).
- [14] Septiningtyas, A., & Soewardikoen, D. W. (2018). *Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Sasirangan Banjarbaru*. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia), 1. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i1.1204>
- [15] Athoillah, N. A., & Arifianto, P. F. (2024). Menganalisis Peran Konten Video Sebagai Alat Utama Dalam Media Promosi Produk Untuk Meningkatkan Konsumen Dan Keberhasilan Branding. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 151–162.
- [16] Naryoso, A., & Hasani, M. R. (2023). Strategi Pemasaran Pariwisata Pasca Pandemi: Kesiapan Dan Kompetensi Produksi Video Para Pegiat Wisata Di Kabupaten Batang. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 203–229. <https://doi.org/10.14710/interaksi.12.1.201-227>
- [17] Mero Andika, & Sayuti, M. (2022). Perancangan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Mukomuko Dalam Bentuk Audio Visual. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 57–62. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.57>
- [18] Maulana, R., & Sayuti, M. (2024). Perancangan Desain User Interface (UI) Aplikasi Museum Tuanku Imam Bonjol. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 6(1), 110–115