

## ABSTRAK

Sanggar Angklung Gandhi merupakan salah satu tempat pusat produksi alat musik tradisional yang berada di Purwokerto, Kabupaten Banyumas tepatnya di desa Karangnanas. Sanggar ini memiliki kualitas alat musik yang bagus, karena bahan baku bambu yang digunakan merupakan bambu pilihan yang telah melalui proses pengeringan sehingga tidak mudah lapuk dan memiliki suara yang bagus. Semenjak terjadinya pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap operasional sanggar ini, yang mengakibatkan penurunan jumlah pembelian. Oleh karena itu, Sanggar Angklung Gandhi perlu ditingkatkan dari segi promosinya dengan melakukan perancangan video profil sebagai media informasi dan promosi, sehingga dapat meningkatkan kembali minat jumlah pembelian pada sanggar ini. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif deskriptif, mencakup hasil dari wawancara, dokumentasi dan observasi pada objek lapangan yang bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan bagi penelitian ini kemudian dijabarkan secara deskriptif. Teknik analisis data menggunakan metode analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunity, Threats*) untuk mendapatkan hasil analisis data dari kompetitor dan strategi yang dapat digunakan dalam perancangan ini. Strategi yang digunakan dengan memperlihatkan kualitas produk yang bagus yang menggunakan bahan baku bambu pilihan berkualitas dan informasi mengenai Sanggar Angklung Gandhi yang dikemas kedalam sebuah bentuk video. Dalam perancangan ini akan menghasilkan video profil, serta beberapa media pendukungnya yaitu Youtube Shorts, Facebook Ads, baju kaos Polo, banner dan spanduk.

Kata Kunci: Video Profil, Sanggar Angklung Gandhi, Promosi