

ABSTRAK

Ketidak stabilan pengelolaan sumber daya manusia yang terjadi di Indonesia, berimbas pada makin sedikitnya ketersediaan lapangan pekerjaan. Karena itu banyak dari mereka yang kemudian membuka bisnis sendiri (UMKM) sehingga membuka lapangan pekerjaan baru. Sehingga, populasi manusia dan ketersediaan lapangan pekerjaan perlahan mulai seimbang.

UMKM di Kabupaten Banyumas sangatlah kurang. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bapak Pujianto (Ketua Umum ASPIKMAS) bahwa masalah itu di sebabkan oleh banyak faktor. “Bela Beli Bangga Produk UMKM Banyumas” merupakan suatu program kampanye yang diselenggarakan oleh ASPIKMAS dan akan disalurkan melalui karya musik video. Kampanye ini menyuarakan ajakan kepada warga Banyumas untuk dapat membela, membeli, dan membanggakan produk UMKM Banyumas

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk melakukan wawancara. Selanjutnya ialah proses pra-produksi, produksi dan pasca-produksi, dimana proses pra-produksi meliputi *storyscript* dan *storyboard*. Proses Produksi meliputi *editing* lagu dan *editing* video. Proses pasca-produksi yaitu *rendering*.

Output dari penelitian ini berupa musik video kampanye sebagai media utama. Video kampanye tersebut bermuatan rekapan suka duka pelaku UMKM yang dikemas untuk target audiens generasi muda yang disasar, serta menghasilkan media pendukung berupa poster, *feed* Instagram dan video *teaser* guna membantu penyebaran informasi dari media utama.

Kata Kunci: *UMKM Banyumas, Kampanye video musik, Bela Beli Bangga, Awareness*