

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang begitu pesat dalam sektor bisnis makanan mempengaruhi beragamnya jenis makanan, hal ini menyebabkan tergesernya popularitas makanan tradisional daerah. Namun perkembangan teknologi ini bisa dimanfaatkan untuk melakukan promosi makanan tradisional, salah satunya adalah dengan membuat video iklan komersial. Masyarakat umum, khususnya remaja memiliki minat lebih untuk menikmati konten video. Hal ini disebabkan penggunaan teknologi berupa *smartphone* dan internet lebih diminati. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis mengambil judul “Video Iklan Nasi Gandul Pak Meled Khas Pati Untuk Meningkatkan Brand Awareness”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang terjadi. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek dalam penelitian ini adalah nasi gandum pak Meled. Subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung lokal maupun luar kota yang berkunjung pada warung nasi gandum dan anak muda disekitar nasi gandum pak Meled. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data pada penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan metode SWOT. Selanjutnya ialah proses pra-produksi, produksi dan pasca-produksi, di mana proses pra-produksi meliputi *storyscript* dan *storyboard*. Proses Produksi meliputi *syuting*. Proses pasca-produksi yaitu *editing* video dan penambahan audio. *Output* dari penelitian ini berupa video iklan komersial nasi gandum sebagai media utama. Video iklan komersial nasi gandum tersebut menampilkan kenikmatan nasi gandum dengan 2 talent yang sedang menikmati nasi gandum, serta menghasilkan media pendukung berupa *feed Instagram*, poster, *t-shirt*, *sticker*, video *teaser* guna membantu penyebaran informasi dari media utama.

Kata Kunci: video iklan, nasi gandum, *brand awareness*