

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengembangan Video Visual Berbasis Marketing Infografis Pembudidayaan Ikan Koi Pasca Masa Pandemi (Studi Kasus di Desa Kemloko Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar)” skripsi ini ditulis oleh Desi Novitasari, NIM. 12209183082, pembimbing Bagus Setiawan, M, Pd.

**Kata Kunci: Pengembangan, Video Visual, Marketing Infografis, Budidaya Ikan Koi.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masa pandemic yang terjadi tahun 2019 kemarin banyak masyarakat yang bekerja dibawah naungan swasta maupun negeri mengalami PHK, PHK merupakan pemutusan hubungan kerja antara karyawan dengan perusahaan. Hal ini menyebabkan banyak masyarakat pada masa pandemic menjadi tidak mempunyai pekerjaan, pengaruh dari adanya wabah yang terjadi juga dirasakan oleh pembudidaya ikan koi yang mengalami penurunan pendapatan, selain itu, adanya strategi pemasaran yang menggunakan cara lama yang dilakukan oleh pembudidaya ikan koi dalam memasarkan produk mereka, menjadikan kegiatan pemasaran tidak berjalan dengan semestinya, kurangnya kreatifitas dalam membuat media promosi juga menjadi penghambat dalam memasarkan ikan koi.

Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana langkah pengembangan video visual berbasis marketing infografis? (2) Bagaimana tingkat kevalidan penggunaan media video visual berbasis marketing infografis?, Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk Mengetahui Bagaimana langkah-langkah pengembangan video visual berbasis marketing infografis (2) untuk Mengetahui tingkat kevalidan penggunaan media video visual berbasis marketing infografis,

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *Research and Development* dengan menggunakan model ADDIE yaitu *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Penelitian pengembangan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan produk yang diawali dengan riset kebutuhan yang kemudian menghasilkan sebuah produk yang telah teruji, penelitian ini menghasilkan produk berupa media video visual, video ini berisi mengenai pembudidayaan ikan koi dan strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh pembudidaya ikan koi.

Adapun hasil dari penelitian ini merupakan (1) Langkah-langkah pengembangan media video visual berbasis marketing infografis, peneliti menuliskan langkah-langkah pengembangan video visual berbasis marketing infografis, langkah-langkah tersebut sesuai dengan model penelitian yang digunakan (2) Tingkat kevalidan media video visual berbasis marketing infografis, tingkat kevalidan dilihat dari data ahli media serta ahli materi, hasil perhitungan dari validasi ahli materi mendapat prosentase 92% dan ahli media 93,5% dari penilaian tersebut media tersebut dapat disimpulkan media video visual berbasis marketing infografis sangat valid dan layak untuk digunakan.

## ABSTRACT

Thesis entitled “Development of Infographic Marketing-Based Visual Video for Koi Fish Cultivation Post-Pandemic Period (Case Study in Kemloko Village, Nglegok District, Blitar Regency)” this thesis was written by Desi Novitasari, NIM. 12209183082, supervisor Bagus Setiawan, M, Pd.

**Keywords: Development, Visual Video, Infographic Marketing, Koi Fish Farming.**

This research is motivated by the pandemic that occurred in 2019 yesterday, many people who work under the auspices of the private and public sector have experienced layoffs, layoffs are termination of employment between employees and companies. This caused many people during the pandemic to become unemployed, the effect of the outbreak that occurred was also felt by the koi fish cultivators who experienced a decrease in income. Apart from that, there was a marketing strategy that used old methods practiced by koi carp cultivators in marketing their products, making marketing activities not work properly, lack of creativity in making promotional media also became an obstacle in marketing koi fish.

The formulation of the problems contained in this study are (1) What are the steps for developing visual video based on marketing infographics? (2) What is the level of validity of using infographic marketing-based visual video media?

This study uses the Research and Development development method using the ADDIE model, namely Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. Research development is research that aims to develop a product that begins with research needs which then produces a product that has been tested, this research produces a product in the form of visual video media, this video contains koi fish cultivation and marketing strategies that should be carried out by koi fish farmers.

The results of this study are (1) The steps for developing visual video media based on marketing infographics, the researcher wrote down the steps for developing visual video based on marketing infographics, these steps are in accordance with the research model used (2) The level of validity of visual video media based on marketing infographics, the level of validity is seen from the data of media experts and material experts, the calculation results from the validation of material experts get a percentage of 92% and media experts 93.5% of the assessment, it can be concluded that visual video media based on marketing infographics is very valid and feasible for used.

## خلاصة

أطروحة بعنوان "تطوير الفيديو المرئي القائم على التسويق الإنفوجرافيك لفترة ما بعد الوباء لزراعة أسماك كوي (دراسة حالة في قرية كيميلوكو ، منطقة نجيلجوك ، بليتار ريجنسي)" تمت كتابة هذه الأطروحة من قبل ديزي نوفيتاساري ، 12209183082 ، المشرف باجوس سيتيلوان ، إم ، بي دي.

**الكلمات المفتاحية: تطوير ، فيديو مرئي ، تسويق إنفوجرافيك ، تربية أسماك كوي**

هذا البحث مدفوع بالوباء الذي حدث في عام 2019 بالأمس ، حيث تعرض العديد من الأشخاص الذين يعملون تحت رعاية القطاعين العام والخاص لتسريح العمال ، وتسريح العمال هو إنهاء التوظيف بين الموظفين والشركات. وقد تسبب ذلك في أن يصبح الكثير من الناس عاطلين عن العمل أثناء الوباء ، كما شعر مزارعي أسماك الكوي الذين شهدوا انخفاضاً في الدخل بتأثير النقشي الذي حدث ، وبصرف النظر عن ذلك ، كانت هناك استراتيجية تسويقية استخدمت الطرق القديمة التي مارسها مزارعو الكارب في تسويق منتجاتهم ، مما جعل الأنشطة التسويقية لا تعمل بشكل صحيح كما أصبح الافتقار إلى الإبداع في صنع الوسائط الترويجية عقبة في تسويق أسماك الكوي.

صياغة المشاكل الواردة في هذه الدراسة هي (1) ما هي خطوات تطوير الفيديو المرئي بالاعتماد على الرسوم البيانية التسويقية؟ (2) ما هو مستوى صلاحية استخدام وسائط الفيديو المرئية القائمة على التسويق الإنفوجرافي؟

وهي التحليل والتصميم ، ADDIE تستخدم هذه الدراسة طريقة البحث والتطوير باستخدام نموذج والتطوير والتنفيذ والتقييم. البحث التنموي هو بحث يهدف إلى تطوير منتج يبدأ بالاحتياجات البحثية التي تنتج بعد ذلك منتجاً تم اختباره ، ينتج هذا البحث منتجاً على شكل وسائط فيديو مرئية ، يحتوي هذا الفيديو على استراتيجيات زراعة وتسويق أسماك الكوي التي يجب أن يقوم بها مزارعو أسماك الكوي.

نتائج هذه الدراسة هي (1) خطوات تطوير وسائط الفيديو المرئية بناءً على الرسوم البيانية التسويقية يكتب الباحث خطوات تطوير الفيديو المرئي بناءً على الرسوم البيانية التسويقية ، وهذه الخطوات ، تتفق مع نموذج البحث المستخدم (2) مستوى صحة وسائط الفيديو المرئية بناءً على الرسوم البيانية التسويقية ، ومستوى الصلاحية المرئي من بيانات خبراء الإعلام وخبراء المواد ، ويمكن أن تكون نتائج الحساب٪ من التحقق من صحة 92 من خبراء الوسائط. استناداً إلى الرسوم البيانية التسويقية صالحة جداً ومجدية للاستخدام.