

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma pemasaran, mendorong perusahaan untuk berinovasi dalam mencapai target pasar yang semakin beragam. Dalam penelitian ini membahas perancangan video promosi paket wisata funtrip.co, sebuah Perusahaan travel online yang fokus pada generasi milenial, tujuan penelitian ini untuk merancang video promosi yang menarik, informatif, dan komunikatif, serta mengidentifikasi cara meningkatkan kualitas dan daya tarik konten promosi Funtrip.co.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa video promosi menjadi media utama dalam pemasaran Funtrip.co, dengan penggunaan video perjalanan dan motion graphic. Video perjalanan digunakan untuk menggambarkan pengalaman nyata di berbagai destinasi, sedangkan motion graphic digunakan untuk mengilustrasikan informasi secara visual. Dalam perancangan video promosi, konsep dihasilkan dengan menggabungkan unsur video perjalanan dan motion graphic yang mempresentasikan paket wisata secara komprehensif dan menarik

Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang peran video promosi dalam pemasaran jasa travel, terutama dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan persaingan industri yang semakin ketat. Peningkatan kualitas visual, kejelasan informasi, dan penggunaan motion graphic yang lebih kreatif. Melalui pendekatan ini, Funtrip.co dapat meningkatkan daya tarik promosi, mengakomodasi kebutuhan generasi digital, dan tetap relevan dalam dunia pemasaran yang dinamis.

Kata kunci : *Video, Motion Graphic, Pariwisata, Promosi*