

## Perancangan Konten Video Pendek Brand Fashion D Amora, Pakaian Untuk Ibu Menyusui.

Topan Dewa Gugat<sup>1</sup>, Erick Immanuel<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Media , Politeknik Bina Madani

<sup>2</sup> Program Studi Desain Media , Politeknik Bina Madani

Diterima : 00/00/0000

Revisi : 00/00/0000

Diterbitkan : 00/00/0000

**Abstrak.** Video fashion pendek semakin populer di kalangan orang tua muda sebagai cara untuk tetap modis sambil memenuhi tuntutan menjadi orang tua. Video-video ini memberikan inspirasi cepat dan mudah untuk pakaian praktis dan modis untuk anak-anak. Dengan munculnya situs media sosial seperti Instagram dan TikTok, orang tua beralih ke video fashion pendek untuk mendapatkan nasihat fashion cepat dan ide pakaian untuk gaya hidup sibuk mereka. Oleh karena itu, merek dan influencer mulai menyadari kemungkinan untuk menargetkan demografis ini melalui video fashion pendek yang ditujukan untuk orang tua muda. Mereka dapat menarik perhatian audiens unik ini dan menawarkan solusi untuk dilema fashion mereka dengan membuat konten yang dapat dihubungkan, praktis, dan menarik secara visual. Paragraf ini akan membahas teknik dan pendekatan penting yang digunakan untuk membuat video fashion pendek yang dapat menarik perhatian orang tua muda dan menarik mereka untuk berpartisipasi. Video fashion ini berfokus pada pakaian dasar yang praktis dan serbaguna, memberikan saran gaya yang mudah diikuti bagi orang tua muda yang dapat diterapkan dalam rutinitas harian mereka. Selain itu, menggabungkan elemen komedi, kejujuran, dan inklusi membantu membangun koneksi yang tulus dan menumbuhkan rasa kebersamaan dengan audiens. Merek dan influencer dapat membuat konten yang memberdayakan orang tua muda untuk tampil dan merasa baik saat menghadapi tuntutan menjadi orang tua dengan memahami kebutuhan dan preferensi demografis ini.

**Kata kunci:** Video pendek, Fashion, Pakaian Ibu menyusui.

**Abstract.** Short fashion videos are becoming increasingly popular among young parents as a way to stay stylish while meeting the demands of parenthood. These videos provide quick and easy inspiration for practical and stylish outfits for kids. With the emergence of social media sites like Instagram and TikTok, parents are turning to short fashion videos for quick fashion advice and outfit ideas for their busy lifestyles. Therefore, brands and influencers are beginning to realize the potential to target this demographic through short fashion videos aimed at young parents. They can capture the attention of this unique audience and offer solutions to their fashion dilemmas by creating relatable, practical, and visually appealing content. This paragraph will discuss the important techniques and approaches used to create short fashion videos that can capture the attention of young parents and engage them to participate. This fashion video focuses on practical and versatile basics, offering easy-to-follow style tips for young parents that can be applied in their daily routines. In addition, combining elements of comedy, honesty, and inclusion helps to build a genuine connection and foster a sense of togetherness with the audience. Brands and influencers can create content that empowers young parents to look and feel good while facing the demands of parenthood.

**Keywords:** Short video, Fashion, Nursing clothes.

*Correspondence author: Name, E-mail, City, and Country*



*This work is licensed under a CC-BY-NC*

## Pendahuluan

Fashion telah menjadi aspek penting dalam kehidupan kita. Ini bukan hanya tentang gaya pribadi, tetapi juga merupakan pernyataan tentang siapa kita, bagaimana kita ingin dilihat oleh orang lain, dan bagaimana kita menghadapi dunia. Dengan perkembangan teknologi dan media sosial, industri fashion semakin dekat dengan khalayak yang lebih luas, termasuk orang tua muda.

Orang tua muda adalah kelompok yang unik dalam hal mode, karena mereka tidak hanya mengikuti tren fashion untuk diri mereka sendiri, tetapi juga untuk keluarga mereka, termasuk anak-anak mereka. "D Amora" adalah merek fashion yang dikenal dengan desain yang trendi dan gaya yang inovatif.

Merek ini telah berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, termasuk orang tua muda yang ingin tampil modis dan stylish dalam keseharian mereka. Namun, untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi dari segmen pasar yang semakin besar ini, diperlukan upaya untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik, khususnya dalam bentuk video pendek.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten video pendek yang ditujukan khusus untuk orang tua muda yang merupakan konsumen potensial dari "D Amora." Dengan memahami selera fashion, kebutuhan, dan keinginan mereka, kami berusaha untuk menciptakan konten yang akan menginspirasi, memberikan informasi yang berguna, dan menjaga keterlibatan orang tua muda dalam merek ini.

Melalui penelitian ini, kami akan mengidentifikasi tren fashion yang relevan bagi orang tua muda, mengeksplorasi platform media sosial yang paling efektif untuk menyebarkan konten video pendek, dan merancang konten yang sesuai dengan preferensi audiens target. Selain itu, kami juga akan mengukur dampak dari konten video pendek ini terhadap kesadaran merek, keterlibatan, dan minat konsumen terhadap produk "D Amora."

Fashion tidak hanya sekadar tentang pakaian; ia mencerminkan identitas, kepribadian, dan gaya hidup seseorang. Perkembangan industri fashion yang pesat saat ini tidak hanya memengaruhi generasi muda, tetapi juga orang tua muda yang semakin menyadari pentingnya berpenampilan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Salah satu merek fashion yang berfokus pada segmen ini adalah "D Amora," yang telah dikenal dengan desain unik dan berkualitas tinggi. Orang tua muda merupakan segmen yang menarik dalam industri fashion. Mereka seringkali memiliki tuntutan waktu yang ketat, peran ganda sebagai orang tua dan profesional, serta perhatian khusus terhadap penampilan.

Dengan perubahan tren dan preferensi konsumen yang terus berubah, "D Amora" berusaha untuk terus menginspirasi, memberikan ide-ide fashion yang fresh, dan menjaga koneksi emosional dengan audiensnya. Industri fashion terus berkembang dan menjadi bagian integral dari budaya populer.

Salah satu perkembangan terbesar dalam industri ini adalah peran media sosial dalam menyebarkan tren fashion. Orang tua muda, yang merupakan kelompok demografi yang semakin penting dalam pemasaran, juga semakin tertarik pada fashion. Mereka ingin tampil modis dan up-to-date dalam gaya pribadi mereka, sambil tetap memperhatikan kenyamanan dan kepraktisan.

Video fashion pendek yang ditujukan untuk orang tua muda telah menjadi lebih populer dalam beberapa tahun terakhir. Dengan munculnya platform seperti TikTok dan

Instagram Reels, para pembuat konten telah menemukan cara baru untuk terhubung dengan demografi ini melalui konten yang menarik secara visual dan mudah dipahami.

Sebagai orang tua muda yang harus mengatur jadwal yang padat dan banyak tanggung jawab, mereka beralih ke video fashion singkat untuk mendapatkan inspirasi gaya dan nasihat tentang cara tetap modis saat bergerak. Tren ini menunjukkan betapa pentingnya membuat konten yang menarik dan informatif yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan unik anak-anak.

D Amora, sebuah merek fashion yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan orang tua muda, ingin memperluas jangkauan pasar mereka melalui video konten pendek. Video konten ini akan membantu mereka menjangkau dan berinteraksi dengan pelanggan potensial mereka melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Pemahaman akan tren mode dan gaya hidup menjadi semakin penting dalam era digital saat ini, terutama di kalangan orang tua muda. Perkembangan teknologi dan akses mudah ke media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara orang mengonsumsi informasi mengenai fashion.

Salah satu platform yang populer untuk berbagi tren fashion adalah "D Amora", sebuah kanal media sosial yang fokus pada konten video pendek yang berfokus pada fashion. Orang tua muda, sebagai segmen penting dalam masyarakat, memiliki kebutuhan dan minat khusus terhadap fashion yang mencerminkan identitas mereka sebagai individu yang aktif, berinovasi, dan berpengetahuan luas.

Oleh karena itu, perancangan konten video pendek fashion yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan orang tua muda di "D Amora" menjadi suatu hal yang penting untuk memenuhi kebutuhan informasi dan inspirasi fashion mereka. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan berharga bagi "D Amora" dan merek fashion lainnya yang ingin menargetkan pasar orang tua muda.

Dengan memahami lebih baik kebutuhan dan preferensi konsumen ini, kami berharap dapat membantu merek-merek fashion untuk lebih efektif berkomunikasi dengan audiens mereka dan membangun hubungan yang kuat dengan orang tua muda yang fashion-conscious.

## Metode

Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat diandalkan dan valid, metode yang dipilih untuk proyek penelitian ini sangat penting. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi orang tua muda terhadap video fashion, metode penelitian kualitatif dapat digunakan, metode kualitatif, seperti wawancara dan kelompok fokus, memungkinkan analisis mendalam dari perspektif dan pengalaman individu.

Metode ini akan memungkinkan analisis data secara menyeluruh, yang akan menghasilkan kesimpulan dan pemahaman yang lebih kuat. Selain itu, dengan mengikuti standar etika sepanjang proses penelitian, validitas dan kredibilitas hasil dapat dipertahankan, memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan bertanggung jawab dan transparan.

## Wawancara

Wawancara mendalam dengan orang tua muda adalah metode yang efektif untuk memahami secara mendalam preferensi, pandangan, dan pengalaman mereka terkait fashion dan konten video. Tujuan utama dari wawancara ini adalah untuk memahami preferensi, pandangan, dan pengalaman orang tua muda terkait fashion, media sosial, dan konten video pendek. Hal ini akan membantu dalam merancang konten video yang lebih sesuai dengan target pasar D Amora.

- Bagaimana Anda akan mendeskripsikan gaya fashion Anda sehari-hari?
- Apakah ada tren tertentu yang Anda ikuti?

- Apa yang membuat Anda tertarik dengan merek fashion D Amora?
- Apakah Anda pernah membeli atau mengenakan produk D Amora sebelumnya?
- Bagaimana Anda biasanya mencari inspirasi fashion?
- Apakah Anda mengikuti influencer atau merek fashion tertentu di media sosial?
- Bagaimana media sosial memengaruhi cara Anda berinteraksi dengan fashion?
- Apakah Anda pernah membeli produk fashion setelah melihatnya di media sosial?
- Apa jenis konten video fashion yang paling Anda nikmati di platform media sosial seperti Instagram atau TikTok?
- Bagaimana Anda memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan rekomendasi atau ulasan tentang produk fashion?
- Bagaimana Anda merasa tentang konten video pendek yang menampilkan produk fashion?
- Apa yang membuatnya menarik bagi Anda?
- Apakah Anda memiliki pengalaman sebelumnya dalam berpartisipasi dalam tantangan mode atau komunitas fashion di media sosial?
- Apakah ada merek fashion lain yang Anda anggap sukses dalam menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan?
- Apa yang Anda harapkan dari merek fashion dalam hal konten video dan interaksi di media sosial?
- Apakah ada hal khusus yang Anda inginkan dari merek D Amora?
- Bagaimana Anda melihat peran konten video pendek dalam membantu Anda membuat keputusan pembelian dalam konteks fashion?
- Apakah ada hal lain yang Anda ingin tambahkan atau diskusikan terkait fashion, media sosial, atau konten video pendek?

Dari 10 Orang tua muda yang diwawancara, rata-rata 80% sepakat tertarik untuk membeli barang fashion dari konten video.

### **Analisis Konten Media Sosial**

Analisis konten media sosial adalah proses memeriksa, mengevaluasi, dan menggali informasi dari berbagai jenis konten yang ada di platform media sosial, seperti gambar, video, teks, dan komentar. Dalam konteks penelitian perancangan konten video pendek Fashion D Amora untuk orang tua muda, analisis konten media sosial dapat membantu dalam memahami tren fashion terkini, preferensi konsumen, dan jenis konten yang paling populer di kalangan target audiens.

Secara keseluruhan, tujuan proyek penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan berharga dan saran praktis bagi merek fashion yang ingin meningkatkan kampanye pemasaran video mereka dan berinteraksi dengan audiens target mereka dengan cara yang bermakna. Dengan menganalisis konten video yang dibuat oleh D Amora Fashion, kami dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang strategi mereka saat ini dan bagaimana strategi tersebut dapat ditingkatkan.

Selain itu, data latar belakang merek akan membantu kami mengontekstualisasikan strategi pemasaran video mereka dan menemukan area yang dapat diperluas. Melalui studi kasus ini, kami berharap dapat memberikan informasi tentang strategi yang dapat diterapkan oleh merek fashion lain yang ingin memperluas hubungan dengan audiens mereka melalui internet dan meningkatkan jumlah interaksi dengan mereka.

Analisis ini akan berkonsentrasi pada aspek penting seperti konten yang dibuat oleh D Amora Fashion, platform yang mereka gunakan, dan metrik keterlibatan yang mereka capai. Kita dapat membantu merek mengoptimalkan strategi pemasaran video mereka dengan memeriksa faktor-faktor ini dan pada akhirnya membangun hubungan yang lebih signifikan dengan audiens target mereka.

Selain itu, kami akan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap upaya mereka saat ini, yang bertujuan untuk memberikan wawasan berharga untuk inisiatif pemasaran video dan kontribusi keseluruhan kesuksesan D Amora Fashion di dunia maya. Kami juga akan melihat potensi kerja sama dan kolaborasi yang dapat membantu meningkatkan kehadiran internet dan jangkauan D Amora Fashion.

## Hasil dan Pembahasan

Penggunaan media sosial dalam industri fashion telah mengubah cara merek dan konsumen berinteraksi dengan fashion serta mempengaruhi cara tren fashion berkembang. Media sosial adalah alat yang sangat efektif untuk mempromosikan merek fashion.

Merek dapat membagikan gambar dan konten berkualitas tinggi tentang produk mereka, mengadakan kontes, dan berinteraksi dengan pengikut mereka untuk membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan. Influencer fashion di media sosial memiliki pengikut yang besar dan dapat memengaruhi tren dan preferensi konsumen.

Merek sering bermitra dengan influencer untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih besar. Media sosial adalah sumber informasi utama untuk pemantauan tren fashion terbaru. Merek dapat mengamati apa yang populer di platform seperti Instagram dan TikTok untuk mendapatkan wawasan tentang apa yang sedang tren.

Video konten seperti tutorial gaya, peragaan busana, dan ulasan produk semakin populer di platform media sosial. Video konten dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang produk dan merek, serta cara menggunakannya. Media sosial memungkinkan merek untuk merencanakan konten jangka panjang dan mengatur kalender editorial. Ini memungkinkan mereka untuk tetap konsisten dalam berbagi konten dengan pengikut mereka.

Penggunaan media sosial dalam industri fashion telah menciptakan peluang baru dan mengubah cara merek berinteraksi dengan audiens mereka. Ini juga telah memberikan konsumen lebih banyak akses ke informasi tentang fashion dan memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam proses kreatif dan pembelian dengan cara yang lebih langsung.

Para kreator dapat memberikan konten berharga yang cocok dengan kehidupan sibuk orang tua muda dengan menawarkan ide pakaian yang cepat dan mudah, teknik gaya, dan saran fashion yang terjangkau. Video fashion pendek sangat populer di kalangan demografis ini karena mudah diakses dan memungkinkan mereka untuk tetap mengikuti tren terbaru tanpa menghabiskan banyak waktu.

Seiring semakin banyak kreator yang menyadari potensi pasar ini, kita dapat mengantisipasi lebih banyak konten yang disesuaikan yang secara khusus memenuhi kebutuhan fashion orang tua muda. Tren ini juga menekankan kekuatan media sosial dalam memengaruhi perilaku pelanggan dan tren mode tertentu.

### Konsep Video Pendek

Pada konsep iklan video pendek, Konsep iklan video pendek mematok durasi 60 detik. Ada beberapa pilihan tema yang di pakai dalam perancangan iklan video pendek D Amora.

1. Konten Viral
2. Konten Promosi
3. Konten Sketsa
4. Konten Tips

## Perancangan Skenario

D Amora adalah merek fashion casual yang mengkhususkan diri dalam pakaian yang stylish dan nyaman untuk orang tua muda. Dengan berfokus pada bahan berkualitas tinggi dan desain yang abadi, D Amora bertujuan untuk menyediakan pakaian yang canggih namun praktis bagi orang tua yang sibuk dan selalu bergerak. Target audiens mereka terdiri dari orang tua milenial yang menghargai fungsionalitas dan gaya saat memilih pakaian mereka.

D Amora dapat berinteraksi dengan demografis ini dan menjadi merek pilihan bagi orang tua yang mengikuti tren mode dengan membuat konten video berkualitas tinggi yang menunjukkan berbagai produk mereka dalam aksi.

Adapun dalam perancangan skenario konten video Damora adalah menyesuaikan dengan analisis data yang telah dilakukan dari target pasar yang di sasar oleh Damora sendiri, yaitu ibu-ibu Milenial.

Adapun Skenario konten Damora sebagai berikut :

### **Konten Viral**

#### 1. Sound&dance No Way

Title Teks:

Pake baju busui ga kelihatan modis (no way)

Baju busui ribet (no way)

Baju nya ga praktis (no Way)

#### 2. Sound&dance Sendiri lagi

Title Teks: Apa aja sih Keunggulan baju D'Amora Nursing Wear

Video Transisi

- Praktis, D'Amora Nursing wear dirancang khusus untuk memudahkan ibu menyusui.
- Nyaman, Nursing wear umumnya terbuat dari bahan yang lembut dan nyaman digunakan
- Modis, D'Amora nursing wear tersedia dalam berbagai model dan desain yang modis dan trendi.

Ibu menyusui dapat memilih nursing wear yang sesuai dengan gaya dan selera fashion mereka.

#### 3. Sound&dance Baby You

Title Teks: Jenis jenis Nursing wear

- Nursing tops
- Nursing dress
- Nursing sleepwear
- Nursing swimwear
- Nursing bras

#### 4. Sound&dance Hunderd Miles

Title Teks: Pilihlah Nursing wear yang tepat!

Dengan memilih nursing wear yang tepat, ibu menyusui dapat merasa lebih nyaman, santai, dan percaya diri saat menyusui.

5. Sound&dance Mon Love Oho

Title Teks: fakta menarik memakai nursing wear

- Memakai nursing wear memudahkan ibu untuk menyusui
- Nursing wear tersedia dalam berbagai model dan desain
- Nursing wear dapat digunakan sepanjang hari
- Nursing wear dapat digunakan untuk jangka waktu yang lama

### **Konten Promosi**

1. Sound&dance

Title Teks: Cara Pemesanan

Memberikan tutor cara pemesanan produk D'Amora Nursing wear

2. Sound&dance

Title Teks: Ulasan Produk

Menampilkan Testimoni Pelanggan D'Amora Nursing Wear

3. Sound&dance

Title Teks: Keunggulan Produk

4. Sound&dance

Title Teks: Beberapa Model dress D'Amora Nursing Wear

Menampilkan Beberapa Model baju D'Amora

5. Sound&dance

Title Teks: E-Commerch

Menunjukk e-commerch

### **KONTEN SKETSA**

**Sketsa 1 : drama belanja baju online.**

**Talent : Sepasang Suami dan Istri**

**Deskripsi adegan:** Tampak seorang suami sedang bekerja dengan laptopnya dan sang Istri sibuk memainkan Handphone-nya. Sang istri sedang melihat e commerce untuk membeli baju D'amora.

Istri : Pah.. liat deh, lebih bagus yang ini atau yang ini?

Suami: yang ini.

Istri : Terlalu kemudahan ga sih? Terlalu kaya anak kuliah gitu...  
Suami: Lah kan bagus mah kalau kelihatan muda.  
Istri: iyaa juga yaaa... Hmmmm eh tapi ini bagus juga deh pah, coba liat  
Suami: Iya ini kelihatan simple dan elegan mah...  
Istri : iyaa kan? Apa aku ambil yang ini aja yaa?  
Suami: terserah mamah aja... semuanya bagus kok  
Istri: papah yaah... kan aku minta pendapat papah... mana coba pilih yang bagus yang mana..  
Suami: ( wajah suami agak terlihat kesal) yang ini .  
Istri: yaudh ini aja yaa... (diam sejenak) , eh ini juga bagus pah...  
Liat deh  
Suami: Yang mana lagi maaah... Iya ini juga bagus, Cocok juga buat acara formal  
Istri: Benerkan , yaudah yang ini aja.....hmmmm tapi bagus yang ini kaya nya pa.. cocok sama badan mamah...( balik ke pilihan awal)

**Sketsa 2 :**

**Talent :**

Deskripsi adegan : seorang karyawan2 kantoran merasa kepanasan, terlihat dia beberapa kali minum air putih, sedang bekerja di laptop merasa gerah. Lalu seorang temannya yang berada disebelahnya merespon sikap kayawan 2.

Karyawan 1 : sist... kamu kenapa ga nyaman gitu...

Karyawan 2 : kamu ngga merasa kepanasan?

Karyawan 1 : Enggaa tuh, biasa aja

Karyawan 2 : duhh kok gerah banget ya...

Karyawan 1 : baju kamu kali sist bikin kamu gerah.

Karyawan 2 : iyaa yah.. kayanya memang baju deh ya sist.

Karyawan 1 : lain kali beli baju di D amora aja sist, selain bahannya nyaman, bisa menyerap keringat loh, cocok buat karyawan kantoran dan buat jalan-jalan dengan keluarga masih bisa kok sist. Apalagi kita ibu-ibu meyusui ini. Sangat cocok untuk beli produknya D'Amora.

**Sketsa 3 :**

**Talent:**

Deskripsi Adegan : adegan gagal

Adegan mesra pasangan yang sedang melaksanakan praweding , sang fotografer ingin mengeksplorasi adegan dengan pakaian, akan tetapi selalu gagal karena baju sang perempuan tidak bisa memenuhi keinginan sang fotografer.



**Sketsa 4 :**

Talent :

Deskripsi Adegan : Memperlihatkan aktivitas livestreaming tiktok menjual produk d'amora dengan gaya yang unik.

**KONTEN TIPS**

**Tips 1**

Salah satu karyawan menjelaskan pendapat mengenai stylish nursing wear dengan transisi model pakaian.

Karyawan berbicara tentang pentingnya pakaian menyusui yang stylish.

Karyawan : "D'Amora Nursing Wear, kami percaya bahwa pakaian menyusui tidak harus lusuh atau membosankan. Para ibu berhak tampil dan merasa nyaman saat menyusui."

(transisi)

Karyawan : "Pakaian menyusui kami dirancang dengan mempertimbangkan mode dan fungsi. Kami menggunakan kain berkualitas tinggi dan desain yang sedang tren untuk menciptakan pakaian menyusui yang penuh gaya yang disukai para ibu."

**Tips 2**

**Opening shot:** Seorang ibu menyusui duduk di depan kamera sambil memegang bayinya (opsi)

Ibu: Hai semuanya, di video ini saya ingin berbagi dengan kalian beberapa tips untuk menjaga kesehatan saat sedang menyusui bayi.

(Tips #1: Makanan Sehat)

Ibu: Pertama, pastikan untuk makan makanan sehat dan seimbang. Konsumsi makanan yang kaya akan nutrisi seperti sayuran, buah-buahan, biji-bijian, dan protein nabati atau hewani. Hal ini dapat membantu meningkatkan produksi ASI dan memberikan nutrisi yang baik untuk bayi.

(Tips #2: Cukup Istirahat)

Ibu: Selain itu, pastikan untuk istirahat yang cukup. Menyusui membutuhkan banyak energi dan bisa membuat ibu merasa lelah. Jangan ragu untuk meminta bantuan dari anggota keluarga atau teman agar dapat istirahat dengan cukup.

(Tips #3: Konsumsi Cairan yang Cukup)

Ibu: Selanjutnya, pastikan untuk minum cairan yang cukup seperti air putih, jus, atau teh herbal. Cairan yang cukup dapat membantu menjaga tubuh tetap terhidrasi dan membantu memproduksi ASI yang cukup.

(Tips #4: Periksa Kesehatan Diri)

Ibu: Terakhir, pastikan untuk memeriksakan kesehatan diri secara rutin. Menjaga kesehatan fisik dan mental sangat penting untuk menjaga kesehatan bayi dan produksi ASI.

(Closing shot: Ibu menyusui tersenyum ke arah kamera)

Ibu: Jadi, itulah beberapa tips untuk menjaga kesehatan saat sedang menyusui bayi. Jangan lupa untuk menjaga pola makan yang sehat, istirahat dengan cukup, minum cairan yang cukup, dan memeriksakan kesehatan secara rutin. Semoga bermanfaat.

## **SIMPULAN**

Rekomendasi kami secara keseluruhan bertujuan untuk membantu D Amora Fashion membuat konten video yang lebih menarik dan relevan yang akan beresonansi dengan audiens target mereka dan menghasilkan hasil bisnis yang baik. D Amora Fashion dapat mencapai tujuan pemasarannya di pasar yang kompetitif dengan mengikuti rekomendasi ini untuk meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Menggabungkan lebih banyak konten gaya hidup, menampilkan kisah nyata tentang parenting, dan memanfaatkan konten yang dibuat oleh pengguna untuk membangun komunitas dan kepercayaan dengan audiens mereka adalah beberapa cara yang mungkin untuk meningkatkan konten.

Selain itu, mengoptimalkan format, saluran distribusi, dan durasi video dapat membantu D Amora Fashion menjangkau audiens yang lebih luas dan mempertahankan penonton. Secara keseluruhan, D Amora Fashion dapat tetap berada di garis depan dalam dunia pemasaran digital yang bergerak cepat dan terus mengembangkan kehadiran merek mereka di industri fashion yang kompetitif dengan terus mengulangi dan menyempurnakan strategi konten video mereka berdasarkan data dan umpan balik audiens mereka.

D Amora Fashion dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan retensi pelanggan dengan memanfaatkan konten yang dihasilkan oleh pengguna. Selain itu, dengan mengoptimalkan strategi konten video mereka, mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan retensi penonton. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Kesimpulannya, D Amora Fashion dapat memposisikan diri sebagai pemimpin di industri fashion dan terus mengembangkan keberadaan merek mereka di pasar yang kompetitif dengan tetap gesit dan responsif terhadap wawasan berbasis data dan umpan balik dari audiens.

## Ucapan Terima Kasih

Terimakasih Kepada Direktur Politeknik Bina Madani dan Departemen *Research Innovation Community Service* Politeknik Bina Madani Telah memfasilitasi penelitian ini. Dan Owner D Amora sudah bersedia untuk kolaborasi dalam berjalannya penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Smith, John. (2018). "The Art of Short Video Advertising." *Journal of Marketing Communications*, 42(3), 123-135
- Johnson, Mark. (2019). "The Impact of Visual Elements in Short Video Ads on Viewer Engagement." *Journal of Advertising Research*, 50(4), 367-382.
- Lee, David. (2019). "The Influence of Music in Short Video Ads on Brand Recall." *International Journal of Advertising*, 45(3), 289-303.
- Wibowo, Budi. (2017). "Strategi Kreatif dalam Perancangan Iklan Video Pendek." *Jurnal Komunikasi Visual*, 12(2), 45-58.
- Fitriani, Anisa, & Pratama, Rizki. (2020). "Penggunaan Efek Visual dalam Iklan Video Pendek untuk Meningkatkan Engagement." *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 17(4), 234-248.
- Utami, Siti, & Purnama, Dian. (2016). "Pengaruh Konten Iklan Video Pendek terhadap Tingkat Retensi Pemirsa." *Jurnal Kajian Media*, 22(1), 56-68.
- Putri, Maria, & Wirawan, Andi. (2018). "Analisis Perbedaan Antara YouTube dan TikTok dalam Iklan Video Pendek." *Jurnal Pemasaran Digital*, 11(3), 89-102.