

ABSTRACT

This study aims to design a promotional video for Maksuba Harum Cake as a culinary souvenir typical of Palembang City to increase sales. Kue Maksuba is one of Palembang's traditional cakes that carries high cultural value and historical legacy from the era of the Palembang Sultanate. Although it is well known among the local community, promotional efforts especially through digital visual media remain limited. Specifically, there has been no promotional video dedicated to highlighting Kue Maksuba on Palembang Harum's social media platforms. Therefore, this research adopts a design-based approach using the ADDIE development model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). The video focuses on emphasizing visual elements such as product packaging, brand identity, shop location, and communicative promotional narratives. Footage was captured at the business site and edited using the CapCut application. The final video, approximately two minutes in length, is intended for publication on Instagram. The evaluation was carried out through two approaches, namely from the user side (Palembang Harum) and visual media experts. The results indicate that the video is informative, visually appealing, and suitable for use as a digital promotional medium. Consequently, this visual strategy is expected to support sales growth and strengthen Kue Maksuba identity as a culinary souvenir representing the city of Palembang.

Keywords: *Kue Maksuba, promotional video, culinary souvenir, Palembang Harum, visual strategy.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang video promosi Kue Maksuba Harum sebagai cinderamata kuliner khas Kota Palembang untuk meningkatkan penjualan. Kue Maksuba merupakan salah satu kue tradisional khas Palembang yang memiliki nilai budaya tinggi serta warisan sejarah dari masa Kesultanan Palembang. Meskipun dikenal luas oleh masyarakat lokal, promosi terhadap Kue Maksuba, khususnya dalam bentuk media visual berbasis digital, masih terbatas. Video promosi secara khusus belum tersedia di media sosial Palembang Harum. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan perancangan (*design research*) dengan model pengembangan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Proses perancangan difokuskan pada penguatan elemen visual, termasuk kemasan produk, merk, lokasi usaha, dan narasi promosi yang komunikatif. Pengambilan gambar dilakukan di lokasi toko dan sekitarnya, serta diedit menggunakan aplikasi CapCut. Video yang dihasilkan berdurasi sekitar 1 menit 17 detik dan dirancang untuk dipublikasi di media sosial Instagram Palembang Harum. Evaluasi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu dari pihak pengguna (Palembang Harum) dan ahli media visual. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video promosi yang dirancang dinilai informatif, menarik secara estetika, dan layak dijadikan media promosi digital. Dengan demikian, strategi visual dalam bentuk video ini diharapkan mampu mendukung upaya peningkatan penjualan dan memperkuat identitas Kue Maksuba sebagai cinderamata kuliner khas Kota Palembang.

Kata Kunci: Kue Maksuba, video promosi, cinderamata kuliner, Palembang Harum, strategi visual.