

ABSTRAK

Industri kreatif di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat, ditunjukkan bahwa ekonomi kreatif di Indonesia menyumbang sebesar 7,5% dari produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Salah satu industri kreatif yang memiliki perkembangan sangat pesat adalah industri *fashion*. Brodo merupakan salah satu perusahaan *fashion* yang berdiri pada tahun 2010 yang pada awalnya bergerak dalam sektor sepatu kulit, dan kini ia sudah melebarkan jangkauannya dengan memiliki *section* baru pada sepatu *sport*. Brodo sendiri menjadi salah satu perusahaan yang sudah melakukan pemasaran dengan *digital marketing* untuk mengenalkan produk yang mereka miliki. Salah satu jenis *digital marketing* yang mereka miliki adalah video iklan komersial. Pada akhir tahun 2023, Brodo melakukan launching 2 produk sepatu *sport* mereka yaitu Brodo Mezzala dan Inizio Running yang belum memiliki sebuah video perkenalan dalam memasarkan produknya berbentuk video iklan komersial. Maka dari itu penulis melakukan sebuah perancangan karya yang berjudul “Penerapan Strategi *Copywriting* dalam Produksi Video Iklan Komersial Brodo Active”. Teori yang digunakan penulis dalam melakukan perancangan karya kali ini adalah *copywriting* dengan konsep teori AIDA untuk dapat merepresentasikan dan memberikan pesan yang menarik kepada audiens. Untuk dapat memperoleh data sebagai landasan dalam perancangan karya kali ini penulis melakukan observasi, wawancara, dan kuesioner. Karya tugas akhir ini memiliki durasi satu menit tiga detik dengan judul “Brodo Active Performance – Mulai Bergerak” sebagai sebuah video iklan komersial yang bertujuan sebagai video perkenalan Brodo Mezzala dan Inizio Running.

Kata Kunci: Video Iklan Komersial, *Copywriting*, Brodo