

ABSTRAK

Sokaraja, sebuah kecamatan di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, memiliki beraneka ragam makanan tradisional khas seperti Gethuk Goreng, Sumpil, dan Sroto. Namun, dikarenakan keterbatasan promosi membuat makanan-makanan ini kurang dikenal dan digemari oleh wisatawan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan makanan tradisional Sokaraja melalui media visual dengan pendekatan promosi yang efektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses perancangan melibatkan tiga tahapan utama: pra-produksi (pembuatan *script*, konsep pengambilan gambar, *storyboard*, dan pemilihan talent), produksi (pengambilan gambar), dan yang terakhir pasca-produksi (*editing footage*, *color grading*, dan penyusunan audio). Hasil dari penelitian ini adalah video promosi yang berjudul “Tiga Babak Rasa” yang menampilkan ketiga makanan khas Sokaraja melalui visual sinematik, sinematografi, audio, dan editing yang terencana. Video ini disebarluaskan melalui media sosial seperti Youtube dan Instagram, serta didukung oleh media promosi tambahan seperti poster, *feed* intagram, stiker, *tote bag*, dan gantungan kunci. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan visual sinematik dan peran media sosial yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap makanan tradisional khas Sokaraja.

Kata Kunci: Video Promosi, Makanan Sokaraja, Media Sosial.