

ABSTRAK

Tugas Akhir ini membahas mengenai optimasi evaluasi kepuasan audiens terhadap konten video marketing. Di era digital saat ini, konten video telah menjadi salah satu alat yang paling efektif dalam strategi pemasaran, namun pengukuran kepuasan audiens masih menjadi tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah sistem yang dapat merekam, menganalisis, dan mengevaluasi reaksi audiens melalui pengenalan ekspresi wajah dan interaksi pengguna selama pemutaran video.

Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data melalui rekaman webcam, analisis sentimen, dan pelacakan ekspresi menggunakan teknik computer vision dan machine learning. Sistem ini dirancang secara interaktif, dimulai dari pengisian data diri, pemberian izin akses kamera, pemutaran video, hingga analisis akhir dan penyajian umpan balik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem yang dikembangkan mampu memberikan evaluasi kepuasan audiens secara lebih objektif dan real-time. Hal ini memungkinkan para pembuat konten dan pemasar untuk memahami respons emosional penonton dengan lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kualitas serta dampak dari konten video yang dibuat.

Diharapkan sistem ini dapat terus dikembangkan dan diterapkan dalam berbagai bidang seperti periklanan, pendidikan, dan penelitian pengalaman pengguna.

Kata kunci : kepuasan audiens, video marketing, analisis ekspresi wajah, computer vision, umpan balik pengguna