

ABSTRAK

Persaingan dalam industri keuangan digital yang semakin meningkat mendorong lembaga keuangan untuk melakukan strategi komunikasi yang lebih kreatif dan tepat sasaran. Menanggapi hal tersebut, karya ini dirancang sebagai upaya untuk mendukung promosi layanan *Livin' by Mandiri*, khususnya pada fitur *Livin' Sukha*, agar tetap kompetitif dan relevan di tengah tren konsumsi konten digital yang cepat, visual, dan interaktif. Video ini diproduksi dalam rangka partisipasi Bank Mandiri sebagai mitra resmi dari acara Jakarta x Beauty 2024, salah satu pameran kecantikan terbesar di Indonesia yang diselenggarakan oleh *Female Daily Network*, dengan menghadirkan ratusan brand lokal maupun internasional. Produksi video dilakukan oleh Brand Studio detikcom melalui tiga tahapan utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi, dengan mengacu pada pendekatan teori komunikasi massa berbasis media audio visual. Terdapat strategi eksekusi pesan yang diterapkan dengan lima gaya eksekusi pesan, yaitu *Slice of Life*, *Lifestyle*, *Fantasy*, *Mood or Image*, dan *Personality Symbol*. Hasil akhir dari karya ini berupa video iklan komersial berdurasi singkat yang komunikatif, interaktif, serta mampu meningkatkan *awareness* dan keterlibatan audiens secara efektif di era digital, yang disebarakan melalui sosial media Instagram.

Kata Kunci: *Produksi, Iklan Komersial, Gaya Eksekusi Pesan, Jakarta x Beauty.*