

INTISARI

Bukit Inggil Camping Ground masih jarang dikenal oleh wisatawan dikarenakan promosi yang belum cukup untuk menginformasikan tempat tersebut. Perkembangan teknologi mengubah cara dalam penyampaian informasi agar lebih menarik seperti menggunakan video sebagai media promosi. Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan media iklan berbasis video menggunakan penggabungan teknik live shoot dan motion graphics untuk media promosi. Live shoot digunakan untuk menampilkan suasana secara nyata dan motion graphics digunakan untuk menyampaikan informasi secara visual agar lebih menarik dan mudah dipahami. Penelitian ini menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) sebagai pembuatan video dengan 6 tahapan yaitu konsep, desain, pengumpulan materi, perakitan, pengujian, dan distribusi. Video berisi tentang informasi seperti daftar harga sewa dan menampilkan fasilitas yang ada. Pengujian video ini melalui kuesioner dengan jumlah 15 responden yang terdiri dari pengelola dan staf-staf wisata dan hasil nilai yang didapatkan sebesar 90,66%. Hasil penelitian mengungkapkan pembuatan video dapat menjadi media promosi yang menarik dan memberi manfaat bagi Bukit Inggil Camping Ground.

Kata kunci: Media promosi, Video, Live shoot, Motion graphics

ABSTRACT

Bukit Inggil Camping Ground is still relatively unknown to tourists due to insufficient promotion to inform people about the location. Technological developments have changed the way information is conveyed to make it more appealing, such as using videos as a promotional medium. The purpose of this study is to produce video-based advertising media using a combination of live shoot and motion graphics techniques for promotional media. Live shoot is used to show the atmosphere in real life, and motion graphics are used to convey information visually to make it more appealing and easier to understand. This study employs the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method for video production, which consists of six stages: concept, design, material collection, assembly, testing, and distribution. The video includes information such as rental price lists and showcases the available facilities. The Testing of the video was conducted through a questionnaire with 15 respondents consisting of managers and staff from the tourism sector, yielding a score of 90.66%. The research findings reveal that video production can serve as an engaging promotional tool and provide benefits for Bukit Inggil Camping Ground.

Keywords: Promotional media, Video, Live shoot, Motion graphics