INTISARI

# Kabupaten Banyumas merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki ragam tempat wisata, salah satunya Wisata Pereng Cilongok. Wisata Pereng Cilongok menjadi obyek dalam penelitian ini dikarenakan adanya penurunan pengunjung dalam masa pandemi Covid-19. Pasca pandemi mulai kedatangan pengunjung namun jumlahnya tidak menentu strategi banyak digunakan dalam promosi seperti media cetak (brosur dan banner) serta media sosial namun promosi yang dilakukan dimedia sosial belum maksimal. Untuk itu peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengimplementasikan Teknik 3D Text Motion Tracking pada pengambilan video Liveshoot pada Wisata Pereng Cilongok. Video dibuat lebih menarik untuk memberikan informasi yang bervariatif tentang Wisata Pereng Cilongok sehingga menarik minat masyarakat luas untuk mengunjungi tempat Wisata Pereng Cilongok. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara, Observasi, Studi Pustaka dan Kuesioner. Pembuatan video menggunakan metode pengembangan 3P yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Penelitian ini berhasil membuat video promosi Wisata Pereng Cilongok dengan mengimplementasikan Teknik 3D Text Motion Tracking dan Teknik Liveshoot pada saat pembuatan video. Pengujian dilakukan melalui kuesioner pada 50 responden dengan jumlah 10 pertanyaan yang dibagikan sehingga memperoleh rata-rata hasil akhir sebesar 90,55% responden menjawab (Sangat Setuju) mengenai video promosi yang dibuat. Hasil penelitian berupa video promosi yang didistribusikan kepada pihak pengelola Wisata Pereng Cilongok untuk dilakukan pengunggahan ke akun media sosial.

Kata kunci: 3D Teks Motion Tracking, Live Shoot, Video Promosi

***ABSTRACT***

Banyumas Regency is one of the areas in Central Java which has a variety of tourist attractions, one of which is Pereng Cilongok Tourism. Pereng Cilongok Tourism is the object of this research due to a decrease in visitors during the Covid- 19 pandemic. After the pandemic, visitors began to arrive, but the number was uncertain. Many strategies were used in promotions, such as print media (brochures and banners) and social media, but promotions carried out on social media were not optimal. For this reason, researchers conducted research that aimed to implement the 3D Text Motion Tracking Technique in taking Liveshoot videos at Pereng Cilongok Tourism. The video is made more interesting to provide varied information about Pereng Cilongok Tourism so that it can attract the interest of the wider community to visit Pereng Cilongok Tourism. Data collection methods used are interviews, observations, literature studies and questionnaires. Making videos uses the 3P development method, namely Pre-Production, Production, and Post-Production. This research succeeded in making a promotional video for Pereng Cilongok Tourism by implementing the 3D Text Motion Tracking Technique and the Liveshoot Technique during the making of the video. Testing was carried out through a questionnaire on 50 respondents with a total of 10 questions distributed so as to obtain an average final result of 90.55% of respondents answering (Strongly Agree) regarding the promotional video that was made. The results of the research are in the form of promotional videos which are distributed to the Pereng Cilongok Tourism management for uploading to social media accounts.

Keywords: 3D Text Motion Tracking, Live Shoot, Video Promotion