

INTISARI

Pariwisata Indonesia telah menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik dan mancanegara, terutama ketika sebuah obyek wisata memiliki daya tarik dan keunikan yang kuat. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan pariwisata telah mengalami peningkatan pesat dengan adanya beragam obyek unik, baik alamiah maupun buatan. Salah satu destinasi wisata yang menarik adalah Wisata Kemit Forest, sebuah tempat yang memadukan pesona alam dan keindahan buatan di Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah. Namun, pandemi Covid-19 telah berdampak signifikan terhadap penurunan jumlah wisatawan, termasuk di Wisata Kemit Forest. Kekhawatiran akan penyebaran virus menyebabkan kunjungan wisata menurun. Selain itu, kurangnya pengenalan dan media promosi menyebabkan ketidaktahuan masyarakat mengenai potensi obyek wisata ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui pembuatan video promosi sinematografi yang menampilkan keindahan dan *spot* unggulan supaya menjadi daya tarik Wisata Kemit Forest dengan menggunakan teknik *panning shot*. Metode 3P Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi digunakan dalam penelitian ini, dengan hasil akhir berupa video sinematografi yang berdurasi 2 menit 18 detik yang diharapkan dapat membantu meningkatkan popularitas Wisata Kemit Forest

Kata kunci: Wisata Kemit Forest, Sinematografi, video Promosi.

ABSTRACT

Tourism in Indonesia has become a magnet for both domestic and international tourists, especially when a tourist attraction possesses strong allure and uniqueness. In recent years, tourism development has experienced rapid growth with a variety of unique attractions, both natural and man-made. One captivating tourist destination is the Kemit Forest, a place that combines natural beauty and artificial charm located in Cilacap Regency, Central Java Province. However, the Covid-19 pandemic has significantly impacted the decrease in the number of tourists, including at Kemit Forest. Concerns about virus transmission have led to a decline in tourist visits. Additionally, the lack of recognition and promotional media has resulted in public unawareness of the potential of this tourist attraction. Therefore, this study aims to address these issues by creating a cinematographic promotional video showcasing the beauty and key highlights to make Kemit Forest a compelling attraction, using panning shot techniques. The 3P Pre-Production, Production, Post-Production method is employed in this research, resulting in a 2-minute and 18-second cinematographic video anticipated to enhance the popularity of Kemit Forest

Keywords: Kemit Forest Tour, Cinematography, Promotional Video