



9.08%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 14 FEB 2025, 4:05 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● CHANGED TEXT  
9.08%

## Report #24804651

PENDAHULUAN Latar Belakang Kecamatan Belinyu Kabupaten Bangka terletak pada 105° sampai 106° Bujur Timur dan 1° sampai 2° Lintang Selatan. Berdasarkan posisi geografisnya, Bangka memiliki batas-batas: Utara berbatasan dengan Selat Karimata, Selatan berbatasan dengan Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka Tengah, Barat berbatasan dengan Kabupaten Bangka Barat, Timur sampai Selat Karimata. Berdasarkan letak geografisnya, Kabupaten Bangka berada dekat dengan Pulau Sumatera (BPS Kabupaten Bangka, 2018). 17 Pantai Penyusuk merupakan salah satu Pantai di kecamatan Belinyu Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pantai ini memiliki potensi pariwisata yang cukup besar karena keunikannya, seperti batuan besar yang berjejer serta bertumpuk, pasir yang putih, serta menjadi akses untuk pergi ke pulau disekitar pantai ini dan ada spot untuk snorkeling maupun diving, ditambah kuliner olahan seafood yang sangat autentik. namun belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: Kurangnya promosi, Informasi tentang potensi pariwisata masih terbatas. Video promosi pariwisata merupakan salah satu media yang efektif untuk memperkenalkan potensi pariwisata suatu tempat. Video promosi pariwisata dapat memberikan informasi tentang potensi pariwisata secara menarik dan informatif. Video promosi pariwisata yang efektif harus memiliki beberapa unsur penting, yaitu: Visual yang menarik, Cerita yang informatif serta

pesan yang jelas, sehingga menarik perhatian bahkan sampai ada peningkatan untuk berkunjung ke Pantai Penyusuk. **16** Visual yang menarik dapat menarik perhatian penonton dan membuat mereka tertarik untuk menonton video tersebut.

**8** Cerita yang informatif dapat memberikan informasi tentang potensi pariwisata secara jelas dan mudah dipahami. Pesan yang jelas dapat memberikan kesan yang mendalam kepada penonton. Oleh karena itu, diperlukan sebuah video promosi pariwisata yang dapat menarik perhatian masyarakat dan wisatawan. Video promosi pariwisata ini dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan potensi pariwisata di Kota Belinyu kepada masyarakat luas. Dengan memanfaatkan wadah dari berbagai sosial media, seperti YouTube, Tiktok, Reels Instagram dan Reels YouTube Identifikasi Masalah : Pantai Penyusuk Belinyu memiliki potensi pariwisata yang perlu dikenalkan untuk masyarakat luas, terutama wisatawan domestik. Kurangnya media informasi tentang Pantai Penyusuk Belinyu Bangka . Rumusan Masalah : Bagaimana mempromosikan pantai penyusuk supaya lebih dikenal turis domestik? Bagaimana membuat video promosi yang menarik dan informatif untuk meningkatkan kunjungan wisata ke pantai penyusuk? Tujuan Penelitian : Bagaimana strategi promosi pariwisata yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pantai Penyusuk. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang video promosi pariwisata Pantai Penyusuk di Belinyu yang menarik dan informatif untuk menyampaikan informasi tentang potensi pariwisata Pantai Penyusuk Manfaat Penelitian Perancangan ini semoga dapat memberikan informasi terkait tentang potensi pariwisata pada Pantai Penyusuk Belinyu dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan domestik. Sistematika Penulisan Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, penulis merancang struktur penulisan yang terdiri dari lima bab agar pembahasan dapat terfokus pada inti permasalahan tanpa menyimpang ke materi yang tidak relevan, strukturnya antara lain: BAB 1 PENDAHULUAN Dalam penulisan ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan. BAB 2 TINJAUAN UMUM Dalam

penulisan ini membahas tentang data & pustaka yang menjelaskan mengenai elemen – elemen dan materi yang dibutuhkan pada video promosi. BAB 3 METODOLOGI DESAIN Dalam bab ini penulis membahas tentang strategi penelitian, teknik analisa, dan berbagai macam data yang akan membantu perancangan video promosi. BAB 4 STRATEGI KREATIF Dalam bab ini penulis membahas lebih mendalam mengenai konsep karya, strategi media dan final art. BAB 5 PENUTUP Dalam bab ini penulis memberikan Kesimpulan dan Saran. TINJAUAN UMUM Tinjauan Teori Penulis mengidentifikasi jurnal yang membahas perancangan video promosi, strategi promosi, pemanfaatan media sosial dan analisis potensi pantai penyusuk. Identifikasi ini bertujuan untuk memperoleh acuan dalam memecahkan masalah. 5 Berikut adalah penjelasan dari jurnal yang dijadikan tinjauan pustaka: Noviyanti (2017) Perancangan Video Promosi Wisata Kuliner Kota Semarang Dalam Program "Ayo Wisata Ke Semarang". Jurnal Nasional Pariwisata Jurnal ini membahas tentang proses perancangan video promosi untuk mempromosikan wisata kuliner Kota Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan strategi linier. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan wisata kuliner Kota Semarang kepada masyarakat luas melalui media video yang menarik dan informatif. Cahyadi, S ,A. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. Journal of Sociology Research and Education, Vol No 1. Jurnal ini membahas bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat promosi pariwisata, khususnya di desa wisata. Penelitian ini menganalisis strategi yang efektif dan tantangan yang dihadapi dalam mempromosikan destinasi wisata melalui platform digital. McQuivey, J. (2013). Digital Disruption: Unleashing the Next Wave of Innovation. McGraw-Hill. McQuivey dalam bukunya Digital Disruption mengidentifikasi perubahan besar dalam industri digital yang disebabkan oleh inovasi teknologi dan cara-cara baru dalam memanfaatkan media digital, termasuk video, untuk mempromosikan produk atau layanan. McQuivey menjelaskan bahwa disrupsi digital membuka peluang baru dalam pemasaran, termasuk penggunaan video

sebagai alat utama untuk mempengaruhi audiens dan mengubah cara produk atau layanan dipasarkan. Penelitian ini relevan dalam konteks video promosi karena memberi wawasan tentang bagaimana video dapat mengubah strategi pemasaran dan memperkenalkan inovasi dalam penyampaian pesan.

Bate, D. (2017). *Video Production Handbook*. Focal Press. Bate mengulas secara mendalam tentang teori dan praktik dalam produksi video, termasuk teknik-teknik yang digunakan untuk merancang video yang efektif dalam konteks promosi. Buku ini memberikan panduan praktis tentang cara mengatur elemen-elemen visual dan audio untuk menciptakan video yang menarik dan profesional. Ini penting untuk video promosi destinasi wisata, seperti Pantai Penyusuk, di mana elemen visual dan storytelling memainkan peran besar dalam menarik perhatian audiens.

Biel, L., & Barron, R. (2020). Digital Video Formats for Social Media. *Journal of Digital Marketing*, 14(2), 89-101. Dalam jurnal ini, Biel dan Barron membahas format video digital yang paling efektif untuk media sosial. Mereka menyatakan bahwa memilih format video yang sesuai dengan platform yang digunakan sangat penting untuk meningkatkan engagement dan jangkauan video promosi. Pembahasan ini relevan untuk video promosi Pantai Penyusuk yang dirancang untuk dipublikasikan melalui berbagai platform media sosial, seperti Instagram dan YouTube, di mana pemilihan format video yang tepat dapat memaksimalkan dampak visual dan memperluas audiens.

Tinjauan Utama Media Promosi Media promosi adalah sarana yang memasarkan, dan menyebarkan informasi tentang barang dan jasa kepada audiens yang lebih besar. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesadaran, menarik perhatian, dan akhirnya mendorong pembelian. Iklan di media sosial, email marketing, televisi, radio, dan papan reklame adalah contoh media promosi (Kotler & Keller, 2016). Ada kebaikan dan keburukan dari setiap jenis media, dan pemilihan media yang tepat bergantung pada target audiens, budget, dan tujuan kampanye promosi. Setiap penayangan video harus memiliki audio, karena video yang tidak memiliki audio tidak akan menarik bagi masyarakat.

Oleh karena itu, perencanaan audio menjadi penting dalam menentukan daya tarik media video (Tuten & Solomon, 2016). Video Promosi Video promosi adalah salah satu bentuk media visual yang digunakan untuk memasarkan produk, layanan, atau destinasi. Dalam konteks ini, video promosi tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan, tetapi juga membangun citra positif dan menarik perhatian audiens agar terdorong untuk melakukan tindakan tertentu, Berikut adalah contohnya: A. Pesan yang Jelas Video promosi harus memiliki pesan yang kuat dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini bisa mencakup deskripsi produk, keunggulan, atau informasi penting lainnya. B. Daya Tarik Visual Visual yang menarik, mulai dari komposisi gambar hingga penggunaan efek atau animasi yang dapat meningkatkan pengalaman menonton. "An engaging video with a clear story and visuals can increase brand awareness and drive action, . C. Call to Action (CTA) Mengarahkan audiens untuk melakukan tindakan setelah menonton video, seperti membeli produk, mengunjungi website, atau mengikuti media sosial. D. Durasi Video promosi umumnya tidak terlalu panjang, untuk menjaga perhatian audiens tetap fokus pada pesan yang disampaikan. E. Branding yang Konsisten Penggunaan elemen-elemen visual dan audio yang konsisten dengan citra merek atau brand identity.

Jenis & Format Video Format video adalah aspek penting dalam pembuatan video promosi karena mempengaruhi kualitas tampilan dan pengalaman menonton bagi audiens. Tinjauan utama ini mencakup berbagai format video yang biasa digunakan dalam media promosi dan efektivitasnya dalam mencapai tujuan pemasaran (Barron & Biel, 2015). Berikut penjelasan lebih lanjutnya: Format Video untuk Pemasaran Digital Dalam dunia pemasaran digital, penggunaan format video yang sesuai dengan platform tempat video akan ditayangkan sangat krusial. Format video yang dioptimalkan untuk berbagai media, seperti Instagram, YouTube, dan Facebook, dapat memperbesar peluang keterlibatan audiens. Video dengan format persegi atau vertikal, misalnya, lebih efektif untuk penggunaan di Instagram dan TikTok, sementara format horizontal lebih

umum digunakan di YouTube dan situs web. Format Video Beresolusi Tinggi Video dengan kualitas resolusi tinggi, seperti 4K atau HD dapat meningkatkan pengalaman visual audiens dan memberikan kesan profesionalitas yang lebih kuat dalam video promosi. Terutama dalam konteks promosi destinasi wisata seperti Pantai Penyusuk, kualitas visual yang tajam sangat penting untuk menampilkan keindahan alam secara maksimal. Penggunaan Format Video Ringan untuk Media Sosial Media sosial cenderung memiliki batasan dalam ukuran file video. Oleh karena itu, format video yang lebih ringan, seperti MP4 dengan kompresi H.264, sering kali digunakan untuk memastikan video dapat diputar dengan lancar tanpa mempengaruhi kualitas terlalu banyak. Mengingat audiens lebih cenderung menonton video menggunakan perangkat mobile, format video yang ringan akan meningkatkan aksesibilitas dan keterlibatan. Interaktivitas dalam Format Video Selain format konvensional, video promosi kini juga bisa disertai dengan elemen interaktif. video interaktif dengan elemen seperti tombol atau pilihan yang memungkinkan audiens untuk memilih alur cerita video atau berinteraksi langsung, dapat meningkatkan keterlibatan pengguna. Ini berguna dalam konteks destinasi wisata, di mana audiens bisa memilih untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang tempat tertentu di Pantai Penyusuk melalui interaksi langsung dengan video. Penggunaan Format 360 Derajat dan VR Untuk menciptakan pengalaman yang lebih imersif, beberapa video promosi destinasi wisata kini memanfaatkan format video 360 derajat atau video berbasis realitas virtual. Video 360 derajat memberikan pengalaman visual yang lebih kaya, memungkinkan audiens untuk merasa seolah-olah berada di tempat yang dipromosikan, seperti di Pantai Penyusuk. Format ini menawarkan pengalaman visual yang lebih mendalam dan mengesankan bagi audiens yang menontonnya melalui perangkat VR atau platform yang mendukung. Komposisi dalam Video Komposisi dalam video mencakup pengaturan elemen-elemen seperti pencahayaan, objek dalam frame, sudut pengambilan gambar, dan hubungan antara elemen-elemen visual atau

cinematography lainnya. Penggunaan komposisi yang tepat dapat menciptakan visual yang dinamis dan memandu audiens untuk fokus pada elemen yang paling penting dalam video (Bate, 2017). Rule of Thirds (Aturan Sepertiga) Salah satu teknik komposisi dasar yang sering digunakan dalam pembuatan video adalah aturan sepertiga. 15 Prinsip ini membagi frame video menjadi sembilan bagian yang seimbang dengan dua garis horizontal dan dua garis vertikal. Menempatkan objek utama pada titik-titik pertemuan garis ini sering kali menghasilkan komposisi yang lebih menarik dan dinamis. 9

Simetri dan Asimetri Simetri dapat menciptakan kesan keseimbangan dan ketenangan dalam video, sedangkan asimetri dapat memberikan kesan ketegangan dan gerakan yang lebih kuat. Penggunaan simetri atau asimetri dalam komposisi bergantung pada mood yang ingin dibangun dalam video promosi. 22

Pencahayaan dan Kontras Pencahayaan yang baik sangat penting dalam komposisi video. Shooting at the Golden Hour, yaitu saat matahari terbit atau terbenam, sering kali menghasilkan cahaya yang lembut dan kontras yang menarik, meningkatkan kualitas visual video. Selain itu, penggunaan kontras dalam pencahayaan juga dapat menyoroti elemen- elemen penting dalam video dan memberikan kedalaman visual (Meyer, 2016). Leading Lines (Garis Pengarah) Garis-garis dalam sebuah frame, seperti jalanan atau garis horizon, dapat digunakan untuk memandu mata audiens menuju titik fokus video, menciptakan kedalaman, dan memberikan perspektif yang kuat pada video (Meyer, 2016). Teknik ini sangat berguna dalam video promosi destinasi wisata, di mana garis horizon atau garis laut dapat mengarah ke elemen penting yang ingin ditonjolkan, seperti objek wisata atau pemandangan alam. Audio Audio adalah komponen suara yang dihasilkan, direkam, atau diproses untuk berbagai keperluan komunikasi dan hiburan. Dalam dunia multimedia, audio mencakup suara manusia, musik, efek suara, dan elemen akustik lainnya yang digunakan untuk mendukung penyampaian informasi dan menciptakan pengalaman yang lebih imersif bagi pendengar atau penonton (Alten, 2013). Audio memiliki peran penting dalam berbagai media, termasuk film, radio, televisi, dan

video digital. Keberadaan audio yang berkualitas dapat mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons suatu konten, baik dalam bentuk narasi, musik, maupun efek suara yang digunakan untuk memperkuat emosi dan atmosfer dalam sebuah produksi. Terdapat beberapa elemen utama dalam audio yang digunakan dalam video promosi, yaitu: a. Musik Latar

(Background Music) Musik latar dalam video promosi bertujuan untuk memberikan nuansa emosional yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. **18 Musik** harus dipilih dengan mempertimbangkan tempo, nada, dan genre agar selaras dengan konsep visual video.

b. Voice Over Voice over adalah rekaman suara narasi yang digunakan untuk memberikan informasi tambahan dalam video promosi. Voice over yang efektif harus memiliki kejelasan, intonasi yang tepat, serta mampu menarik perhatian audiens. c. Efek Suara (Sound Effects – SFX) Efek suara digunakan untuk menambah realisme dalam video promosi, seperti suara alam, langkah kaki, atau suara kendaraan. Efek ini membantu menciptakan suasana yang lebih imersif dan meningkatkan pengalaman audiens. d. Mixing dan Mastering Audio Mixing adalah proses mengatur keseimbangan antara musik, voice over, dan efek suara agar terdengar harmonis. Mastering dilakukan untuk memastikan kualitas akhir audio terdengar optimal di berbagai perangkat pemutaran. **20 Warna Warna**

adalah elemen visual yang dihasilkan oleh cahaya yang dipantulkan dari objek atau permukaan tertentu. Dalam konteks desain grafis dan media

promosi, warna memainkan peran penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap merek atau produk yang dipromosikan. warna dapat

mengkomunikasikan pesan secara non-verbal, memengaruhi emosi, dan menciptakan asosiasi tertentu dalam pikiran audiens. 2.2.3.1 Color

Grading Color grading dalam video promosi adalah proses manipulasi warna pada tahap pasca-produksi untuk mencapai tampilan visual yang sesuai dengan atmosfer dan pesan yang ingin disampaikan. Berbeda dengan color correction yang bertujuan untuk perbaikan warna alami, color grading menciptakan efek visual yang lebih ekspresif dan sesuai dengan tujuan video. Dalam konteks video promosi, color grading dapat

digunakan untuk menciptakan suasana tertentu, seperti menggunakan warna hangat untuk kesan semangat atau warna biru untuk menonjolkan ketenangan (Elliot & Maier, 2014). Selain itu, color grading juga membantu memperkuat identitas merek dengan konsistensi warna dalam seluruh adegan, misalnya mengaplikasikan warna merah yang lebih intens untuk merek yang terkait dengan warna tersebut (Labrecque & Milne, 2013). Teknik ini juga mempermudah memperjelas fokus visual dengan menyoroti elemen penting dalam video, seperti produk atau tokoh utama, sehingga audiens tetap terfokus pada pesan utama yang disampaikan (Lee, 2013).

Tipografi adalah seni dan teknik dalam memilih serta mengatur huruf dan teks sebagai elemen visual. Tujuannya adalah untuk membuat teks menjadi terlihat, mudah dibaca, dan menarik saat dipresentasikan. Proses ini mencakup pemilihan jenis huruf, ukuran, spasi antar huruf, dan penataan halaman secara keseluruhan (Assidiq, 2023). Dengan penerapan tipografi yang tepat, pesan yang ingin disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan efektif. Tipografi tidak hanya krusial dalam desain grafis dan penerbitan, tetapi juga dalam video, desain web dan aplikasi digital. Memilih typografi yang sesuai dapat meningkatkan kemudahan membaca, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan keseluruhan pengalaman pengguna (Widnyana, 2019).

a. Font dan Typeface Font adalah kumpulan karakter dengan desain yang spesifik, sedangkan typeface merupakan keluarga font yang mencakup berbagai gaya, berat, dan ukuran yang berbeda. Sebagai contoh, Arial adalah sebuah typeface, sementara Arial Bold dan Arial Italic adalah variasi font dari typeface tersebut.

b. Ukuran Font Ini merujuk pada ukuran huruf, yang umumnya diukur dalam poin (pt). Satu poin setara dengan 1/72 inci. Spasi Antar Huruf Ini adalah penyesuaian spasi antara dua huruf khusus untuk meningkatkan keterbacaan dan tampilan estetika dari teks.. Spasi Antar Kata Ini adalah penyesuaian jarak antara semua huruf dalam satu kata atau blok teks, yang berbeda dengan kerning yang hanya berlaku untuk pasangan huruf tertentu.

e. Leading Ini adalah

jarak vertikal antara dua baris teks berturut-turut, yang memengaruhi kenyamanan membaca dan penampilan keseluruhan teks. f. Kontras dan Hierarki Memanfaatkan berbagai ukuran, ketebalan, dan gaya huruf untuk menciptakan perbedaan visual yang membimbing mata pembaca dan menyoroti elemen-elemen penting. g. Tata Letak Penyusunan elemen teks dan gambar di halaman untuk menciptakan desain yang menarik dan praktis secara fungsional. Teori Pendukung Tempat Wisata dan Peran Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Tempat wisata merupakan destinasi yang menarik bagi wisatawan karena keindahan alam, budaya, atau atraksi yang ditawarkan, tempat ini memiliki daya tarik unik yang dapat menarik kunjungan dari masyarakat lokal maupun internasional. Daya tarik ini dapat berupa keindahan alam, sejarah, kuliner, atau hiburan yang dikemas untuk memberikan pengalaman berharga bagi wisatawan (Cooper, 2008). Dalam industri pariwisata, promosi berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan daya tarik suatu tempat wisata. Strategi promosi bertujuan untuk membangun citra destinasi, meningkatkan jumlah pengunjung, serta mendorong pengeluaran wisatawan selama kunjungan mereka. Salah satu metode promosi yang efektif adalah pemanfaatan media digital, terutama video promosi. Media digital telah mengubah cara tempat wisata dipromosikan, di mana video memberikan pengalaman visual yang lebih kuat dibandingkan media statis seperti foto atau brosur. Media sosial seperti Instagram & YouTube berperan cukup penting dalam mempromosikan tempat wisata, memungkinkan calon wisatawan melihat keindahan dan pengalaman yang ditawarkan sebelum mereka berkunjung. Penggunaan storytelling dalam video promosi juga dapat membantu menciptakan keterikatan emosional dengan audiens dan mendorong keputusan perjalanan mereka (Tuten & Solomon, 2016). Pantai Penyusuk Pantai Penyusuk menyuguhkan potensi wisata alam yang luar biasa. 4 21 Terletak di ujung Pulau Bangka, pantai ini sering ramai dikunjungi oleh wisatawan, terutama pada akhir pekan. 4 Daya tarik utama Pantai Penyusuk terletak pada keindahan alam khas Kepulauan Bangka Belitung, seperti garis pantai yang melengkung,

pasir putih yang bersih, dan hamparan batu granit yang mendominasi area pantai. Sekitar 70 persen dari wilayah pantai tertutup oleh batu granit, yang menjadikannya lebih khas dibandingkan pantai lainnya. Selain itu, banyak pohon yang tumbuh di sekitar pantai, menciptakan suasana yang sejuk dan asri (Daniswari, 2024). 7 19 Pantai Penyusuk terletak tepatnya di Kelurahan Romodong Indah, Kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka. 1 2 3 7 Dari Taman Kota Sungailiat, wisatawan perlu menempuh perjalanan sejauh 79 km yang memakan waktu sekitar 1 jam 45 menit untuk mencapai pantai ini. 1 Yang membuat pantai ini menarik adalah keberadaan bebatuan granit yang banyak dan tersusun rapi. 1 2 3 Di tengah pantai, terdapat batu granit besar yang membagi area pantai menjadi dua bagian. 1 2 Di sisi utara, pantai berbatasan langsung dengan Laut Natuna yang memiliki ombak besar, sehingga wisatawan disarankan untuk tidak berenang di area ini. 1 2 3 Namun, bagi yang ingin berenang, bisa menuju bagian barat yang memiliki ombak lebih tenang, terlindungi oleh pulau-pulau kecil yang terletak di depan pantai. Bagian barat pantai juga sangat cocok untuk anak-anak yang ingin bermain air, asalkan tetap diawasi oleh orang tua. Selain itu, Pantai Penyusuk juga merupakan jalur utama menuju beberapa pulau kecil populer lainnya, seperti Pulau Putri dan Pulau Lampu, yang sering dikunjungi oleh wisatawan. Dari pantai, terlihat kapal-kapal yang bersandar, siap untuk mengantar pengunjung menuju pulau-pulau tersebut. Kerangka Berpikir METODOLOGI DESAIN Rancangan Penelitian Rancangan penelitian adalah kerangka rencana menyeluruh yang membimbing jalannya suatu penelitian dari tahap awal hingga akhir. Proses ini melibatkan beberapa tahapan penting, dimulai dari pembuatan hipotesis yang menjadi dasar penelitian, hingga pelaksanaan tindakan operasional yang terinci untuk menguji hipotesis tersebut (Irwanto, 2022). 6 Selain itu, rancangan penelitian mencakup perencanaan metode pengumpulan data, analisis yang akan digunakan, serta interpretasi hasil akhir. Setiap langkah diarahkan untuk memastikan kualitas dan ketepatan penelitian. Pada tahap akhir, data yang terkumpul akan dianalisis secara cermat, hasilnya disimpulkan, dan

rekomendasi atau saran yang didasarkan pada temuan penelitian diberikan. Dengan demikian, rancangan penelitian menjadi landasan yang kokoh untuk menjalankan penelitian secara sistematis dan menyajikan kontribusi ilmiah yang berarti. Lokasi Penelitian Untuk mengumpulkan data, penelitian ini dilakukan di Pantai Penyusuk Belinyu Bangka. Dengan harapan bisa mendapatkan informasi lebih dalam mengenai potensi pariwisata di daerah tersebut. Beralamat di Jl Pantai Penyusuk, Romodong Indah, Belinyu, Bangka.

6 10

Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data adalah proses sistematis dan strategis untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan penelitian.

Ini melibatkan pemilihan metode yang tepat untuk mencapai tujuan penelitian dan memastikan keandalan data. teknik pengumpulan data akan dilakukan dengan beberapa cara, antara lain: Observasi Observasi suatu metode penelitian ilmiah yang melibatkan pengumpulan informasi dengan mengamati dan mencatat perilaku, peristiwa atau fenomena di lingkungan alam tanpa campur tangan ilmuwan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menganalisis perilaku atau situasi yang terjadi secara alami tanpa mengubah atau mengendalikan variabel tertentu. Penulis melakukan observasi secara luring. Observasi dilaksanakan dengan Langsung terjun ke Pantai Penyusuk. Melihat suasana dan kondisi pada Pantai Penyusuk Belinyu Bangka. Wawancara Pada penelitian ini penulis melakukan proses wawancara kepada pengelola dari Pantai Penyusuk ini, yaitu HkM Penyusuk Permai dalam mengumpulkan informasi seputar perkembangan pariwisata, serta potensi dan keunikan dari tempat ini. Wawancara Dengan Pengelola Teknik Analisa Data Dalam penelitian ini melakukan pengamatan dengan wawancara kepada narasumber yaitu Pengelola Pantai Penyusuk untuk bisa memahami potensi pariwisata dan memberi pemahaman maupun pandangan tentang pantai ini. Analisa Segmentasi, Targeting, dan Positioning Segmentasi Segmentasi pasar untuk “Perancangan Video Promosi Pariwisata Pantai Penyusuk Belinyu Bangka yang ditargetkan pada masyarakat khususnya wisatawan domestik dengan mempertimbangkan beberapa faktor penting dalam mengunjungi pantai ini. Targeting Berdasarkan segmentasi

tersebut, video promosi Pantai Penyusuk ditujukan kepada masyarakat dengan menyajikan informasi mengenai potensi pariwisata di pantai ini, yang diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan. Selain itu, video ini juga disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan serta preferensi masyarakat, termasuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai daya tarik wisata yang tersedia. Dengan pendekatan ini, video promosi diharapkan mampu menyajikan informasi yang menarik dan bermanfaat bagi target audiensnya. Positioning Video promosi Pantai Penyusuk Belinyu yang ditujukan untuk wisatawan domestik berfungsi sebagai media yang tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan informasi yang jelas. Dalam perancangannya, video ini harus mampu menampilkan pengalaman seru dalam menjelajahi Pantai Penyusuk serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai potensinya. Lebih dari itu, penggunaan bahasa visual yang sederhana dan mudah dipahami menjadi kunci agar informasi dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat. Selain sekadar menyampaikan informasi tentang pantai dan potensinya, video ini juga bertujuan untuk memberikan dampak positif dengan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Penyusuk. Diharapkan, video ini dapat memperkaya wawasan masyarakat tentang Pulau Bangka sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Dengan pendekatan tersebut, video promosi ini diharapkan tidak hanya menjadi sarana informasi yang menarik, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan domestik. Strategi 5W+1H Who (Siapa) Video Promosi ini disiapkan khusus untuk masyarakat khususnya anak muda yang tertarik akan keindahan alam serta petualangan, dengan fokus pada konteks di Pantai Penyusuk Belinyu. Dalam video promosi ini, para masyarakat dengan target audience 18 – 30 tahun yang akan diperkenalkan dengan berbagai aspek penting dalam potensi pariwisata yang relevan. Target audiens utama adalah wisatawan domestik, terutama keluarga muda, pecinta alam, dan mereka yang mencari pengalaman wisata yang unik dan autentik. What (Apa) Tujuan utama video adalah mempromosikan Pantai

REPORT #24804651

Penyusuk sebagai destinasi wisata yang menarik, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan memperkenalkan keunikan serta keindahan alam dan budaya Bangka. Where (Dimana) Video Promosi ini merupakan sebuah perjalanan visual yang memperlihatkan berbagai lokasi menarik di Pantai Penyusuk. Video akan disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial (Instagram, TikTok, YouTube), sebagai bentuk promosi yang lebih luas. When (Kapan) Video promosi ini diproduksi tahun 2024. Dan waktu yang tepat untuk merilis video adalah menjelang musim liburan atau saat ada event khusus di Pantai Penyusuk, seperti festival budaya. Why (Kenapa) Video promosi ini dibuat untuk informasi kepada masyarakat khususnya wisatawan domestik dengan tujuan utama memperkenalkan potensi pariwisata Pantai Penyusuk memiliki daya tarik yang unik, seperti hamparan pasir putih yang luas, batuan granit yang khas, pulau disekitar yang menajubkan serta keindahan bawah laut yang masih alami. Dengan memanfaatkan teknologi seperti Youtube, Tiktok, dan Instagram video promosi bisa ditonton dengan muda. How (Bagaimana) Video promosi ini akan dibuat dengan menggunakan software editing video. Cara penyampaian video akan dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, visual yang indah, dan musik yang sesuai dengan suasana pantai. Video akan menceritakan kisah perjalanan seorang wisatawan yang menjelajahi keindahan Pantai Penyusuk, sehingga penonton dapat merasakan pengalaman yang sama. Analisa Pesaing Analisis pesaing adalah proses evaluasi sistematis terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing dalam industri atau pasar tertentu. Langkah ini mencakup pengumpulan dan penilaian informasi mengenai strategi, produk, layanan, dan posisi pasar dari perusahaan lain yang dianggap sebagai pesaing. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana pesaing beroperasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada, serta merumuskan strategi yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Melalui analisis pesaing, perusahaan dapat mengembangkan pendekatan yang lebih efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif dan menavigasi pasar dengan lebih baik. Analisis

Video Pantai Penyusuk, Pesona Pantai Indah & Batuan Granit Eksotis di Bangka Video promosi yang tersedia di platform digital ataupun televisi merupakan pesaing yang paling langsung. Video- video ini memiliki keunggulan dalam hal visualisasi yang menarik dan informatif. Namun, video-video ini juga memiliki kelemahan dalam hal durasi yang relatif singkat dan konten yang tidak komprehensif, seperti tidak menjelajah spot atau potensi di tempat ini.

### STRATEGI KREATIF Sistematika

Perancangan Dalam proses perancangan, sangat penting memiliki kerangka kerja yang terstruktur agar proses berjalan dengan baik. Oleh sebab itu, penulis telah mengembangkan sebuah kerangka kerja yang terdiri dari tiga tahap: pre-Production, Production, dan pasca-Production. Sistematika perancangan video promosi bertujuan untuk memberikan panduan langkah demi langkah dalam menghasilkan video yang efektif, informatif, dan menarik. Pendekatan ini mencakup tahap-tahap yang melibatkan perencanaan, produksi, dan evaluasi, yang dirancang untuk memastikan bahwa setiap elemen dari video promosi mendukung tujuan komunikasi yang diinginkan. Rancangan penelitian ini mencakup perencanaan metode pengumpulan information, analisis, dan analisa hasil. Setiap langkah diarahkan untuk memastikan kualitas dan ketepatan penelitian. Pada tahap akhir, information dianalisis secara cermat, hasil disimpulkan, dan rekomendasi didasarkan pada temuan penelitian yang dilakukan. Rancangan penelitian ini menjadi landasan yang kokoh untuk menjalankan penelitian secara sistematis dan memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan mulai dari tahap awal hingga akhir.

### Konsep Karya Tahap Konsep diawali

dengan pencarian informasi mengenai identitas Pantai ini. Pada fase ini, Anda memutuskan apa yang Anda butuhkan dari wisatawan dan aliran video mana yang sesuai untuk wisatawan domestic terutama anak muda yang suka akan hal baru atau petualangan. Konsep karya video promosi “Pariwisata Pantai Penyusuk Belinyu Bangka bertujuan untuk memberi edukasi terhadap masyarakat luas khususnya kawula muda, bahwa kepulauan Bangka memiliki surga tersembunyi yang berada di ujung utara Pulau Bangka. Konsep

Karya Media Tahap Konsep diawali dengan pencarian informasi mengenai identitas Pantai ini. Pada fase ini, Anda memutuskan apa yang Anda butuhkan dari wisatawan dan aliran video mana yang sesuai untuk wisatawan domestik terutama anak muda yang suka akan hal baru atau petualangan. Strategi Komunikasi Strategi komunikasi untuk mempromosikan video tentang Pariwisata Pantai Penyusuk Belinyu Bangka dalam menyebarkan dan menjadi destinasi wisata yang wajib dikunjungi oleh turis domestik yang dapat disusun dengan mempertimbangkan beberapa faktor, termasuk audiens target, platform komunikasi yang digunakan, dan tujuan dari pesan yang disampaikan. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil dalam menyusun strategi komunikasi: Inklusif Memperkenalkan video promosi ini sebagai media visual yang cocok untuk masyarakat umum khususnya wisatawan domestik, dan semua jenis kelamin, menjadikannya video promosi dan menyenangkan bagi semua kalangan. Daya Tarik Dengan menekankan terhadap masyarakat khususnya Anak Muda bahwa meskipun kepulauan Bangka terbilang sangat asing karena kurang ter ekspos, tapi kepulauan ini khususnya Pantai Penyusuk memiliki keindahan alam yang sangat autentik, serta sangat cocok untuk para kawula muda dengan dikemas melalui media visual yaitu video promosi pariwisata . Strategi Media Untuk merancang sebuah strategi media yang efektif dalam menyebarkan video promosi pariwisata tentang potensi pariwisata di Pantai Penyusuk Belinyu Bangka, perlu memperhatikan beberapa langkah strategis. Berikut adalah strategi media yang bisa diterapkan: Sosial Media Memanfaatkan platform seperti Instagram, youtube, dan tiktok untuk memperkenalkan karya video promosi "Pantai Penyusuk Belinyu Bangka melalui feed, video pendek yang mempunyai potensi untuk dilihat banyak orang. Media iklan yang terarah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun ketertarikan. Komunitas HkM Penyusuk Permai atau Pengelola Dengan adanya website serta media sosial lainnya untuk berbagi video promosi . Diskusikan tentang potensi pariwisata dan bagikan video sebagai sumber informasi yang bermanfaat. Influencer dan

Ahli Pariwisata Jalin kerjasama dengan influencer atau ahli pariwisata yang memiliki audiens yang relevan. Mereka dapat membantu memperluas jangkauan video promosi dengan membagikannya kepada pengikut mereka. Tone dan Manner Dalam proses pembuatan video p romosi, tim kreatif mencoba menggabungkan elemen-elemen seperti gambar, cerita, musik,voice over dan efek khusus agar video promosi efektif menyampaikan pesan dan meningkatkan citra pariwisata. Teknik Motion Graphic, yang terdiri dari gambar dan gerakan sederhana dari beberapa objek yang diperlukan untuk membuat promosi lebih mudah dipahami dan menarik bagi target audiens, akan menjadi strategi kreatif yang akan digunakan. Teknik Motion Graphic terdiri dari berbagai jenis media promosi, termasuk video promosi pantai penyusuk dan target audiens yang dituju. Dengan menggunakan ide seperti ini menggunakan teknik Motion Graphic dan sentuhan warna identitas Pantai Penyusuk Belinyu Bangka, tipografi kontemporer akan membuat target audiens ingin melihat video promosi dan memahami informasinya. Konsep Visual Pada tahap awal perancangan konsep visual, penulis menggunakan sketsa awal untuk menunjukkan garis besar dari gambaran konsep Perancangan Video Promosi Pariwisata Pantai Penyusuk Belinyu Bangka . Meskipun bukan hasil visual akhir, sketsa ini membantu dalam menentukan gambaran visual apa yang nanti akan dibuat dalam pembuatan video promosi . Analisis SWOT Tipografi Pilihan font dan tipografi yang digunakan didasarkan pada font yang sudah ada yang menjadi referensi untuk perancangan ini dan tingkat keterbacaan yang tinggi. Font yang digunakan tidak terlalu berbeda agar terlihat seirama tetapi tidak membosankan. Suara Suara non-diegetic, atau suara narasi, digunakan dalam setiap seri video perancangan untuk efek suara yang mendukung gerakan grafis di mana sumber suara tidak dapat dilihat pada video. Narrasi, voice over, dan score musik adalah contoh dari jenis suara ini. Durasi Video perancangan berdurasi sekitar satu menit tiga puluh detik, sehingga konten yang disampaikan cukup singkat tetapi tetap informatif. Durasi yang singkat juga mengikuti

aturan beberapa media sosial yang memiliki keterbatasan waktu unggahan. Penggunaan Warna / Tone Moodboard Dalam proses desain, moodboard adalah alat visual yang digunakan untuk mengumpulkan dan menyusun berbagai inspirasi, ide, dan elemen desain dalam satu lokasi. Tujuan utama dari moodboard adalah untuk membantu memvisualisasikan dan mengkomunikasikan ide, suasana, atau gaya yang ingin dicapai dalam proyek desain. Pra Produksi Preproduksi adalah tahap atau proses di mana ide, perencanaan, dan persiapan untuk Konsep Video dimulai. Tujuh langkah preproduksi ini dimulai dengan ide yang dituangkan secara sistematis sebelum pembuatan sinopsis, plot, dan storyboard. Ide atau Gagasan Media informasi, yang sering kita nikmati, adalah hasil dari ide-ide dan gagasan yang dikemas ke dalam media, dalam hal ini media audio dan video. Promosi Pantai Penyusuk Belinyu merupakan dasar dari media informasi ini, yang menampilkan semua aktivitas dan mengambil garis besar dari konsep tersebut. Sinopsis Video ini memperkenalkan Pantai Penyusuk, sebuah tempat wisata yang mengedepankan keindahan alamnya serta pengalaman yang seru. Diawali dengan menampilkan lingkungan pantai, video kemudian menyoroti berbagai potensi pariwisata yang ditawarkan oleh Pantai Penyusuk Belinyu, termasuk sunrise, sunset, snorkling, serta santai menikmati keindahan. Dikemas dalam konsep anak muda. Setiap potensi ataupun aktivitas dijelaskan secara singkat dan menampilkan cuplikan yang dilakukan dengan teliti dan hati-hati. Sinopsis ini memberikan gambaran singkat namun lengkap tentang isi video promosi Pantai Penyusuk, menyoroti aspek eksotis dan keindahan yang ditawarkan. **14** Storyline

Storyboard Storyboard adalah sketsa gambar yang disusun berurutan sesuai naskah cerita yang dibuat. Produksi Production untuk video promosi melibatkan kerja sama antara tim produksi dan talent untuk merealisasikan naskah, storyboard, dan jadwal yang telah direncanakan. Pada tahap ini, proses pengambilan gambar dilakukan, termasuk pengaturan lokasi yang tepat dan pelaksanaan pengambilan gambar sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Semua elemen visual dan audio yang

dibutuhkan untuk video promosi direkam dengan cermat untuk memastikan hasil akhir yang berkualitas dan sesuai dengan konsep yang direncanakan. Perencanaan Multimedia Tujuan dari konsep multimedia ini adalah untuk menjangkau masyarakat dengan program media audio visual (video) yang efektif yang mengandung suara, teks, gambar, dan efek khusus.

Perencanaan multimedia adalah perancangan yang menggabungkan tiga komponen utama: suara, gambar, dan teks untuk membuat presentasi yang dinamis dan interaktif dalam bentuk video. Tujuan multimedia, strategi

multimedia, dan program multimedia adalah tiga tahapan sistematis yang diperlukan untuk menjangkau masyarakat dengan program media audio visual (video). Rencana ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dengan menggunakan input yang telah diolah (teks, gambar, dan suara). Strategi Multimedia memberikan rencana untuk mencapai tujuan Multimedia, sedangkan Program Multimedia menjelaskan hasil proyek yang dihasilkan dari penerapan strategi dan tujuan tersebut. Program Multimedia Program Multimedia Media informasi video yang dibuat ada tiga tahapan yaitu :

Teks Teks dalam video profil ini ditulis dengan font monsterrat, seperti yang digunakan dalam script promosi lainnya. **11** Video Dalam dunia multimedia, video adalah kombinasi berbagai komponen, seperti audio, visual, dan teks, untuk membuat pengalaman yang interaktif dan menarik. Dalam sebuah video, suara, gambar, dan teks bekerja sama untuk menyampaikan informasi atau cerita secara efektif. Video ini bisa memanfaatkan berbagai efek khusus untuk meningkatkan daya tarik dan memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Dengan memadukan elemen-elemen ini, video dapat memberikan dampak yang lebih besar dan menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan dengan menggunakan satu jenis media saja. 3. Sound Suara digunakan sebagai musik latar dan dubbing suara manusia dalam video tersebut. Penempatan suara disesuaikan dengan bagian video yang sedang diputar dan suasana video itu sendiri. Pasca Produksi Pasca Produksi video promosi adalah tahap akhir dalam pembuatan video yang mencakup berbagai langkah penting untuk menyempurnakan dan

menyajikan video tersebut. Editing Video Tahap pertama dalam postproduksi adalah penyuntingan video. Ini melibatkan penggabungan berbagai klip video yang telah direkam sebelumnya menjadi satu kesatuan yang kohesif. Penyuntingan mencakup pemotongan bagian yang tidak diperlukan, menyusun urutan adegan, dan memastikan alur cerita berjalan dengan baik. Penambahan Efek Visual dan Grafik Setelah video dasar selesai diedit, langkah berikutnya adalah menambahkan efek visual dan grafik. Ini bisa berupa animasi, teks, transisi, dan elemen grafis lainnya yang membantu memperjelas informasi atau menambah daya tarik visual. **13 Koreksi Warna Koreksi warna adalah proses menyesuaikan warna dan pencahayaan dalam video agar konsisten dan menarik.** Ini penting untuk memastikan video terlihat profesional dan setiap adegan memiliki tampilan yang seragam. Pengolahan Audio Aspek audio dalam postproduksi meliputi penyuntingan dan pemurnian suara. Ini bisa melibatkan penghapusan noise latar, penyesuaian volume, dan menambahkan efek suara atau musik latar yang sesuai untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Penyertaan Narasi dan Musik Narasi sering ditambahkan pada tahap ini untuk memberikan penjelasan tambahan atau informasi lebih lanjut tentang topik yang dibahas dalam video. Selain itu, musik latar dipilih dan disesuaikan untuk mendukung suasana dan tone dari video profil Rendering dan Ekspor Setelah semua elemen selesai diedit dan ditambahkan, video siap untuk dirender dan diekspor. Proses rendering adalah menggabungkan semua elemen menjadi satu file video yang siap untuk ditonton. Ekspor melibatkan menyimpan file dalam format yang sesuai untuk distribusi, baik itu untuk web, media sosial, atau platform lain. Dengan menyelesaikan semua langkah ini, video yang awalnya hanya berupa kumpulan rekaman terpisah dapat berubah menjadi sebuah karya yang profesional dan siap untuk ditampilkan kepada audiens. Compositing Compositing adalah tahapan penting dalam produksi video yang melibatkan penggabungan berbagai elemen seperti musik, narasi, dan video menjadi satu kesatuan yang koheren. Dalam proses compositing ini, salah satu perangkat lunak yang sering digunakan

adalah Adobe Premiere Pro. Adobe Premiere Pro menyediakan beragam fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengedit, mengatur, dan menggabungkan elemen-elemen tersebut dengan mudah. Dari penyusunan timeline hingga pengaturan efek visual dan audio, Premiere Pro memungkinkan para pengguna untuk menciptakan hasil akhir yang memukau dan memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Dengan dukungan Adobe Premiere Pro, proses compositing menjadi lebih efisien dan efektif, memungkinkan para pembuat konten untuk mengekspresikan kreativitas mereka secara maksimal dalam setiap proyek video.

Konsep Verbal Konsep Verbal yang ingin disampaikan, berupa Tipografi dan logo: a. Logo b. Jenis Huruf Pemilihan font/ tipografi berdasarkan eksisting yang menjadi referensi perancangan ini, dan juga berdasarkan tingkat keterbacaan yang tinggi serta memberikan kesan kasual dan fun. Font yang digunakan memiliki perbedaan yang tidak terlalu jauh agar terlihat seirama namun menghindari kebosanan c. Aplikasi Warna Warna dalam Video Profile adalah warna warm dan warna yang akan diaplikasikan dalam media adalah berhubungan dengan warna utama pada logo itu sendiri adalah sebagai Berikut: Media Pendukung Media pendukung dalam tugas akhir berjudul "Perancangan Video Promosi Pariwisata Pantai Penyusuk Belinyu Bangka merupakan elemen vital yang melengkapi serta memperkuat presentasi atau demonstrasi yang disampaikan. Media ini tidak hanya membantu dalam menjelaskan langkah-langkah teknis secara lebih jelas dan visual, tetapi juga memperkaya pengalaman audiens dengan menampilkan informasi secara menarik dan dinamis. Dengan demikian, media pendukung menjadi sebuah komponen penting dalam memastikan kesuksesan presentasi tugas akhir ini.

Sosial Media a. Youtube b. Short Youtube c. Feed Instagram d. Reels Instgaram

PENUTUP Kesimpulan Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu daerah. Sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kecamatan Belinyu, salah satu kota di Kabupaten Bangka Utara, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, memiliki potensi

pariwisata yang cukup besar, seperti keindahan alam di pesisir, budaya yang kuat, dan kuliner yang sangat identik. Namun, kota ini belum banyak dikenal oleh masyarakat luas karena beberapa faktor, antara lain: kurangnya promosi pariwisata Kota Belinyu, informasi tentang potensi pariwisata Kota Belinyu masih terbatas, dan aksesibilitas menuju Kota Belinyu masih kurang. Video promosi pariwisata merupakan salah satu media yang efektif untuk memperkenalkan potensi pariwisata suatu daerah. Video promosi pariwisata dapat memberikan informasi tentang potensi pariwisata secara menarik dan informatif. Video promosi pariwisata yang efektif harus memiliki beberapa unsur penting, yaitu: visual yang menarik, cerita yang informatif serta pesan yang jelas. Visual yang menarik dapat menarik perhatian penonton dan membuat mereka tertarik untuk menonton video tersebut. **8** Cerita yang informatif dapat memberikan informasi tentang potensi pariwisata secara jelas dan mudah dipahami. Pesan yang jelas dapat memberikan kesan yang mendalam kepada penonton. Oleh karena itu, diperlukan sebuah video promosi pariwisata yang dapat menarik perhatian masyarakat dan wisatawan. **12** Video promosi pariwisata ini dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan potensi pariwisata Pantai Penyusuk Belinyu kepada masyarakat luas. Saran Dari data di atas, peneliti akan membuat sebuah video promosi pariwisata yang bertujuan untuk mengangkat potensi pariwisata Pantai Penyusuk Belinyu, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Video ini direncanakan dengan konsep menampilkan keindahan alam sebagai daya tarik utama destinasi wisata. Peneliti akan menekankan aspek visual yang menarik, cerita yang informatif, dan pesan yang jelas dalam pembuatan video promosi ini. Rencana konten melibatkan pengantar singkat, eksplorasi keindahan alam, showcase kuliner lokal, serta penyorotan aktivitas wisata menarik yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Video ini diharapkan dapat menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan potensi pariwisata Pantai Penyusuk di Kota Belinyu kepada masyarakat luas dan meningkatkan daya tarik destinasi tersebut.



REPORT #24804651

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>2.17%</b> exotic.bangka.go.id <a href="https://exotic.bangka.go.id/web/2022/10/pantai-penyusuk/">https://exotic.bangka.go.id/web/2022/10/pantai-penyusuk/</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>1.98%</b> exotic.bangka.go.id <a href="https://exotic.bangka.go.id/web/2022/11/desa-wisata-penyusuk-permai/">https://exotic.bangka.go.id/web/2022/11/desa-wisata-penyusuk-permai/</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>1.65%</b> www.wowbabel.com <a href="https://www.wowbabel.com/gaya-hidup/59812754329/terkenal-dengan-laut-bi...">https://www.wowbabel.com/gaya-hidup/59812754329/terkenal-dengan-laut-bi...</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>1.18%</b> regional.kompas.com <a href="https://regional.kompas.com/read/2024/09/11/180000778/pantai-penyusuk-di-b..">https://regional.kompas.com/read/2024/09/11/180000778/pantai-penyusuk-di-b..</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.71%</b> journal.uib.ac.id <a href="https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/article/download/5888/1824">https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/article/download/5888/1824</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.65%</b> repository.mediapenerbitindonesia.com <a href="http://repository.mediapenerbitindonesia.com/241/1/%28%2BISBN%29K%2020..">http://repository.mediapenerbitindonesia.com/241/1/%28%2BISBN%29K%2020..</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.51%</b> travel.okezone.com <a href="https://travel.okezone.com/read/2024/01/06/408/2950389/tak-kalah-indah-dari...">https://travel.okezone.com/read/2024/01/06/408/2950389/tak-kalah-indah-dari...</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.46%</b> blog.shootingstar.id <a href="https://blog.shootingstar.id/read/78/5-jenis-video-yang-digunakan-sebagai-med..">https://blog.shootingstar.id/read/78/5-jenis-video-yang-digunakan-sebagai-med..</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.4%</b> idseducation.com <a href="https://idseducation.com/8-teknik-pengambilan-video-bagi-pemula/">https://idseducation.com/8-teknik-pengambilan-video-bagi-pemula/</a>	●



REPORT #24804651

INTERNET SOURCE		
10. 0.35%	repo.uinsatu.ac.id <a href="http://repo.uinsatu.ac.id/11192/6/BAB%20III.pdf">http://repo.uinsatu.ac.id/11192/6/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.35%	jurnal.unimus.ac.id <a href="https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/psn12012010/article/viewFile/4165/3864">https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/psn12012010/article/viewFile/4165/3864</a>	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.32%	www.dewitinalah.com <a href="https://www.dewitinalah.com/2024/12/Tim-Pengabdian-Departemen-Ekonomik..">https://www.dewitinalah.com/2024/12/Tim-Pengabdian-Departemen-Ekonomik..</a>	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.26%	www.puskomedia.id <a href="https://www.puskomedia.id/blog/menciptakan-efek-visual-menawan-memaksi...">https://www.puskomedia.id/blog/menciptakan-efek-visual-menawan-memaksi...</a>	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.25%	www.ruangguru.com <a href="https://www.ruangguru.com/blog/alur-praproduksi-produk-multimedia">https://www.ruangguru.com/blog/alur-praproduksi-produk-multimedia</a>	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.24%	www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/feeds/read/5894103/tips-foto-panduan-lengkap-unt...">https://www.liputan6.com/feeds/read/5894103/tips-foto-panduan-lengkap-unt...</a>	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.23%	bithourproduction.com <a href="https://bithourproduction.com/blog/cara-membuat-iklan-video-promosi-brand/">https://bithourproduction.com/blog/cara-membuat-iklan-video-promosi-brand/</a>	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.23%	e-journal.uajy.ac.id <a href="http://e-journal.uajy.ac.id/28731/2/190513545_Bab%201.pdf">http://e-journal.uajy.ac.id/28731/2/190513545_Bab%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.23%	upgraded.id <a href="https://upgraded.id/cara-edit-video">https://upgraded.id/cara-edit-video</a>	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.22%	money.kompas.com <a href="https://money.kompas.com/read/2021/07/14/233000826/-tren-wisata-kompasia..">https://money.kompas.com/read/2021/07/14/233000826/-tren-wisata-kompasia..</a>	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.22%	www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/hot/read/4479657/unsur-unsur-seni-rupa-dan-penje...">https://www.liputan6.com/hot/read/4479657/unsur-unsur-seni-rupa-dan-penje...</a>	●



REPORT #24804651

INTERNET SOURCE

21. **0.21%** [www.wowbabel.com](http://www.wowbabel.com) 

<https://www.wowbabel.com/lokal/pr-5984160645/wisata-pantai-penyusuk-kian...>

INTERNET SOURCE

22. **0.16%** [www.puskomedia.id](http://www.puskomedia.id) 

<https://www.puskomedia.id/blog/teknik-color-grading-ciptakan-konsistensi-vis...>