

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI TEMPAT WISATA PULAU LUSI DALAM BENTUK *SHORT VIDEO* MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Nama Mahasiswa : Muhammad Adel Masyhur Araya
NIM : 3031810022
Dosen Pembimbing : Tyas Ajeng Nastiti, S.T., M.Sn

ABSTRAK

Pada tahun 2006 terdapat bencana semburan lumpur panas dari pengeboran minyak PT Lapindo Brantas. Badan Penanggulangan Lumpur Sidoarjo (BPLS) pada tahun 2010 memilih opsi mengalirkan lumpur ke kali porong yang menyebabkan lumpur mengendap di muara. Endapan lumpur tersebut dijadikan sebagai pulau konservasi mangrove yang diberi nama Pulau Sarinah pada saat itu dan kini diberi nama Pulau Lusi. Pulau Lusi mempunyai destinasi wisata utama berupa konservasi mangrove didukung dengan fasilitas bis air, gazebo, dan tanah lapang yang dikelilingi pohon rindang, bisa digunakan untuk piknik serta di dermaga bahari tlocor terdapat wisata kuliner olahan hasil tangkapan laut oleh warga lokal yang berprofesi sebagai nelayan. Kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai media promosi membuat Pulau Lusi tidak begitu diketahui banyak orang. Memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk komunikasi pemasaran membutuhkan lebih dari sekedar memanfaatkan internet dan teknologi (Wigstrom & Wigmo, 2010). Agar dapat diketahui banyak orang dan menarik minat kunjung masyarakat terhadap Pulau Lusi dibutuhkan adanya perancangan video promosi yang berisi keindahan alam dan hal menarik yang dimiliki Pulau Lusi, pada tahap perancangan dilakukan pencarian ide dan konsep terlebih dahulu, dilanjutkan pengambilan gambar dan suara yang dibutuhkan dan diakhiri dengan proses editing serta unggah.

Kata Kunci: *Pulau Lusi, Video Promosi, TikTok*

DESIGNING PROMOTIONAL VIDEOS FOR LUSI ISLAND TOURIST ATTRACTIONS IN THE FORM OF SHORT VIDEOS THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA

Student Name : Muhammad Adel Masyhur Araya
Student Identity Number : 3031810022
Mentor : Tyas Ajeng Nastiti, S.T., M.Sn.

ABSTRACT

In 2006 there was a disaster of hot mud bursts from PT Lapindo Brantas oil drilling. The Sidoarjo Mud Management Agency (BPLS) in 2010 chose the option of draining mud into the river porong which caused the mud to settle in the estuary. The silt was used as a mangrove conservation island which was named Sarinah Island at that time and is now named Lusi Island. Lusi Island has a main tourist destination in the form of mangrove conservation supported by water bus facilities, gazebos, and fields surrounded by shady trees, can be used for picnics and at the tlocor marine pier there are culinary tours processed by marine catches by local residents who work as fishermen. The lack of use of social media as a promotional medium makes Lusi Island not so well known to many people. Utilizing social media as a tool for marketing communications requires more than just utilizing the internet and technology (Wigstrom & Wigmo, 2010). In order to be known to many people and attract public interest in Lusi Island, it is necessary to design a promotional video that contains the natural beauty and interesting things owned by Lusi Island, at the design stage, a search for ideas and concepts is carried out first, followed by taking the required images and sounds and ending with the editing and upload process.

Keywords: Pulau Lusi, Video Promosi, TikTok