

ABSTRACT

Pasar lama kota Tangerang, is an area located in downtown Tangerang is only known to present an evocative culinary, Though behind it many other locality worth a visit but not known by visitors. Kota Tangerang old city area is currently included in the Tangerang District. When traced by kelurahan, the location of the old city is in three urban villages, namely Sukasari, Sukarasa, and Sukaasih. In terms of location, kota lama tangerang area has a huge strategic value advantage.

With a wide range of media to promote a tour, media placements are important in designing the outcome of the design to ascertain who will receive the message. Medium Promotional media is part of a series of marketing activities, and a promotional strategy is how to communicate a visual video message to the public.

The design of this pasar lama promotion video aims to add the image of the pasar lama area that has been known only to the public as a culinary tourism area into a culinary tourism area that has historical value and many other potential worth visiting in the old market area. As well as promoting to the target audience to be interested in visiting the pasar lama kota Tangerang.

Keywords: *Promotional video, audio visual, tourism, pasar lama kota Tangerang*



ABSTRAK

Pasar lama kota Tangerang ialah sebuah wilayah yang berada di pusat kota Tangerang ini hanya dikenal menyajikan kuliner yang menggugah, Padahal dibalik itu banyak lokalitas lain yang layak dikunjungi namun tidak dikenal oleh pengunjung. Kawasan Kota Lama Tangerang saat ini termasuk dalam wilayah Kecamatan Tangerang. Bila dirunut berdasarkan kelurahan, lokasi kawasan kota lama berada pada tiga kelurahan, yaitu Kelurahan Sukasari, Sukarasa, dan Sukaasih. Dari sisi lokasi, kawasan Kota Lama Tangerang memiliki keuntungan nilai strategis yang sangat besar.

Dengan beraneka ragamnya media untuk mempromosikan suatu wisata, media penempatan ialah merupakan hal penting dalam memsarkan hasil desain untuk memastikan siapa yang akan menerima pesan. Medium Media promosi merupakan bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran, dan strategi promosi adalah bagaimana cara mengkomunikasikan suatu pesan karya visual video kepada publik.

Perancangan video promosi pasar lama ini bertujuan untuk menambah citra Kawasan pasar lama yang selama ini hanya dikenal masyarakat sebagai Kawasan wisata kuliner menjadi Kawasan wisata kuliner yang memiliki nilai historis dan banyak potensi-potensi lain yang layak dikunjungi di Kawasan pasar lama. Serta mempromosikan kepada target audience agar tertarik mengunjungi Kawasan wisata pasar lama Tangerang

Keywords: *Video promosi, audio visual, pariwisata, pasar lama kota Tangerang*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA