

DESAIN AUDIO VISUAL PROMOSI PARIWISATA BANTEN

Fredy Anggara

42314010085

ABSTRACT

Tourism is the temporary displacement that humans do with the goal of getting out of routine jobs and out of his place of residence. This activity is done during them stay where they are going and facilities are built to meet their needs. Indonesia is a country endowed with natural beauty and diverse cultures. has a condition unique and unique geography consisting of land and sea.

Indonesia is a country blessed with many natural beauty that is so abundant and admirable has a fascination for both domestic and foreign tourists to travel or just simply enjoy the beauty of nature in Indonesia. One of them is a tourist destination owned by the region Banten province where many places of interest to visit.

Research carried out using quantitative methods to review and find out the direct response of the community towards visual forms of tourism promotion video of Banten called "Banten Exotic-Jembatan Paris" that compared to video tourism promotion Karimun Java titled "The Beautiful Eperience Of Karimun Java." This research is expected to be used as references in designing tourism promotional video creation based on the making of the video in General.

Keywords: Tourism, Indonesia, Tourism Promotion Video, Cinematography

DESAIN AUDIO VISUAL PROMOSI PARIWISATA BANTEN

Fredy Anggara

42314010085

ABSTRAK

pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin dan keluar dari tempat kediamannya. Aktifitas ini dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Indonesia merupakan negara yang dikaruniai dengan keindahan alam dan beraneka ragam budaya. Indonesia memiliki kondisi geografis yang khas dan unik yang terdiri atas daratan dan lautan.

Negara Indonesia merupakan negara yang dikaruniai banyak keindahan alam yang sangat melimpah dan mengagumkan sehingga mempunyai daya tarik bagi wisatawan dalam negeri maupun luar negeri untuk berwisata atau hanya sekedar menikmati keindahan alam di Indonesia. Salah satunya destinasi wisata yang dimiliki oleh daerah provinsi banten yang dimana banyak tempat-tempat menarik untuk dikunjungi.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif untuk meninjau dan mengetahui langsung tanggapan dari masyarakat terhadap bentuk visual dari video promosi pariwisata Banten berjudul "*Banten Exotic – Jembatan Paris*" yang dibandingkan dengan video promosi pariwisata Karimun Jawa berjudul "*The Beautiful Eperience Of Karimunjawa*".

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam perancangan pembuatan video promosi pariwisata yang berdasarkan pada unsur pembuatan video pada umumnya.

Kata Kunci : Pariwisata, Indonesia, Video Promosi Pariwisata, Cinematography