

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI OBJEK WISATA AIR TERJUN
PRONOJIWO BESERTA MEDIA PENDUKUNGNYA**

Dery Sebastian

NIM423 1701 0099

ABSTRAK

Indonesia memiliki banyak sekali wisata, terutama wisata kekayaan wisata alam. Saat ini pariwisata sebagai kegiatan ekonomi yang menjadi andalan dan menjadi prioritas pembangunan setiap daerah di Indonesia. Kabupaten Lumajang memiliki cukup berbagai sumber daya alam seperti danau, sungai, air terjun, ngarai, hutan dan sebagainya. Alam potensi yang merupakan pendapatan bagi penduduk dan pemerintah Kabupaten Lumajang. Tapi disana masih banyak sumber daya alam di kecamatan Pronojiwo yang memiliki potensi seperti Air terjun Pronojiwo, akan tetapi objek wisata air terjun pronojiwo masih kurang efektif dalam segi informasi yang di dapat. Dan mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir ini yang di akibatkan wabah Virus Covid-19.

Melihat Kondisi tersebut, Penulis tertarik untuk membuat video promosi yang bertujuan untuk meningkatkan kembali kunjungan para wisatawan ke Wisata Air Terjun Pronojiwo. Dalam hal ini, penulis merancang video promosi Wisata Air Terjun Pronojiwo untuk memberikan informasi melalui media social Youtube dan Instagram serta media pendukung. Perancangan video promosi ini dibuat dengan visual dan audio yang dapat menarik minat para target audience di masa sekarang.

Kata Kunci: *Promosi, Video Promosi, Air Terjun, Pronojiwo, Kab Lumajang*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA AIR TERJUN
PRONOJIWO MELALUI MEDIA VIDEO TRAVELING**

Dery Sebastian

NIM 423 1701 0099

ABSTRACT

Indonesia has a lot of tourism, especially the wealth of natural tourism. Currently, tourism is an economic activity that is a mainstay and a priority for the development of every region in Indonesia. Lumajang Regency has quite a variety of natural resources such as lakes, rivers, waterfalls, canyons, forests and so on. Natural potential which is an income for residents and the government of Lumajang Regency. But there are still many natural resources in Pronojiwo sub-district that have potential such as Pronojiwo waterfall, but the pronojiwo waterfall tourist attraction is still less effective in terms of the information obtained. And has decreased in recent years due to the Covid-19 virus outbreak.

Seeing these conditions, the author is interested in making a promotional video that aims to increase the return of tourist visits to Pronojiwo Waterfall Tourism. In this case, the author designed a promotional video for Pronojiwo Waterfall Tourism to provide information through social media Youtube and Instagram as well as supporting media. The design of this promotional video is made with visuals and audio that can attract the interest of the current target audience.

Key Word: *Promotion, Video Promotion, Waterfall, Pronojiwo, Kab Lumajang*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA