

**VIDEO KONTEN PARIWISATA KABUPATEN KUNINGAN  
JAWA BARAT**

Pertanggungjawaban Tertulis  
Program Studi Desain Produk  
Universitas Mercu Buana Jakarta  
2017

Oleh : **Abieza Angie Raharya**

**ABSTRAK**

Video konten dapat menjadi sarana promosi pariwisata melalui media sosial, karena dari dampak masyarakat yang mudah menerima informasi secara baik melalui media sosial. Interaksi lewat media sosial dapat menjadi salah satu faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. *Facebook, Twitter, Blog, Instagram, Youtube* ataupun *blog* adalah bagian dari kekuatan teknologi yang dapat memberikan rasa ingin bagi para konsumen untuk melakukan perjalanan wisata.

Tujuan dari perancangan video konten ini adalah menjadi sebuah media promosi untuk memperkenalkan pariwisata yang ada di Kabupaten Kuningan. Supaya Kabupaten Kuningan bisa terkenal seperti Kota yang ada di Jawa Barat lainnya. Selain itu juga agar para petualang bisa ikut membantu ekonomi masyarakat sekitar, karena kebanyakan pariwisata Kuningan dikelola oleh setiap desa yang membuat sebuah tempat pariwisata.

Kata Kunci = Konten, Video Konten, Media Sosial, Promosi, Pariwisata

**VIDEO CONTENT OF TOURISM DISTRICT OF KUNINGAN  
WEST JAVA**

*Written Project Report  
Study Programs Product Design  
Mercu Buana University Jakarta  
2017*

**By : Abieza Angie Raharya**

**ABSTRACT**

*Video content can be a means of promoting tourism through social media, because of the impacts of people who are easy to receive information well through social media. Interaction through social media can be one of the driving factors for a person to travel. Facebook, Twitter, Blogs, Instagram, Youtube or blogs are part of the power of technology that can give a sense of want for consumers to travel.*

*The purpose of this video content design is to become a media campaign to introduce tourism in Kabupaten Kuningan. So that Kabupaten Kuningan can be famous like the City in other West Java. In addition, so that the adventurers can help the economy of the surrounding community, because most of Kuningan tourism is managed by every village that makes a place of tourism.*

*Keyword = Content, Video Content, Social Media, Promotion, Tourism*