

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KELURAHAN

HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL

TUGAS AKHIR



Disusun oleh:

Annisa Astuti (23.02.1066)

Rana Prema Afransa (23.02.0991)

Ma'ruf Hidayat (23.02.0977)

PROGRAM DIPLOMA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2026

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KELURAHAN

HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya Komputer pada jenjang Program Diploma – Program Studi Manajemen Informatika



Disusun oleh:

Annisa Astuti (23.02.1066)

Rana Prema Afransa (23.02.0991)

Ma'ruf Hidayat (23.02.0977)

**PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATAKELURAHAN

HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Annisa Astuti (23.02.1066)

Rana Prema Afransa (23.02.0991)

Ma'ruf Hidayat (23.02.0977)

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir

pada tanggal 04 Mei 2026

Dosen Pembimbing,



Imam Ainudin Pirmansah, M.Kom
NIK. 190302504

HALAMAN PENGESAHAN
TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KELURAHAN
HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL

yang disusun dan diajukan oleh

Ma'ruf Hidayat

23.02.0977

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Mei 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Melany Mustika Dewi, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302455

Pramudhita Ferdiansyah, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302409

Tanda Tangan



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer
Tanggal 22 Mei 2026

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusriani, M.Kom.
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Ma'ruf Hidayat
NIM : 23.02.0977

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

Perancangan Video Promosi Destinasi Wisata Kelurahan Hargobinangun Berbasis Media Digital

Dosen Pembimbing : Imam Ainudin Pirmansah, M.Kom.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Amikom Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas Amikom Yogyakarta
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi

Yogyakarta, 22 Mei 2026

Yang Menyatakan,



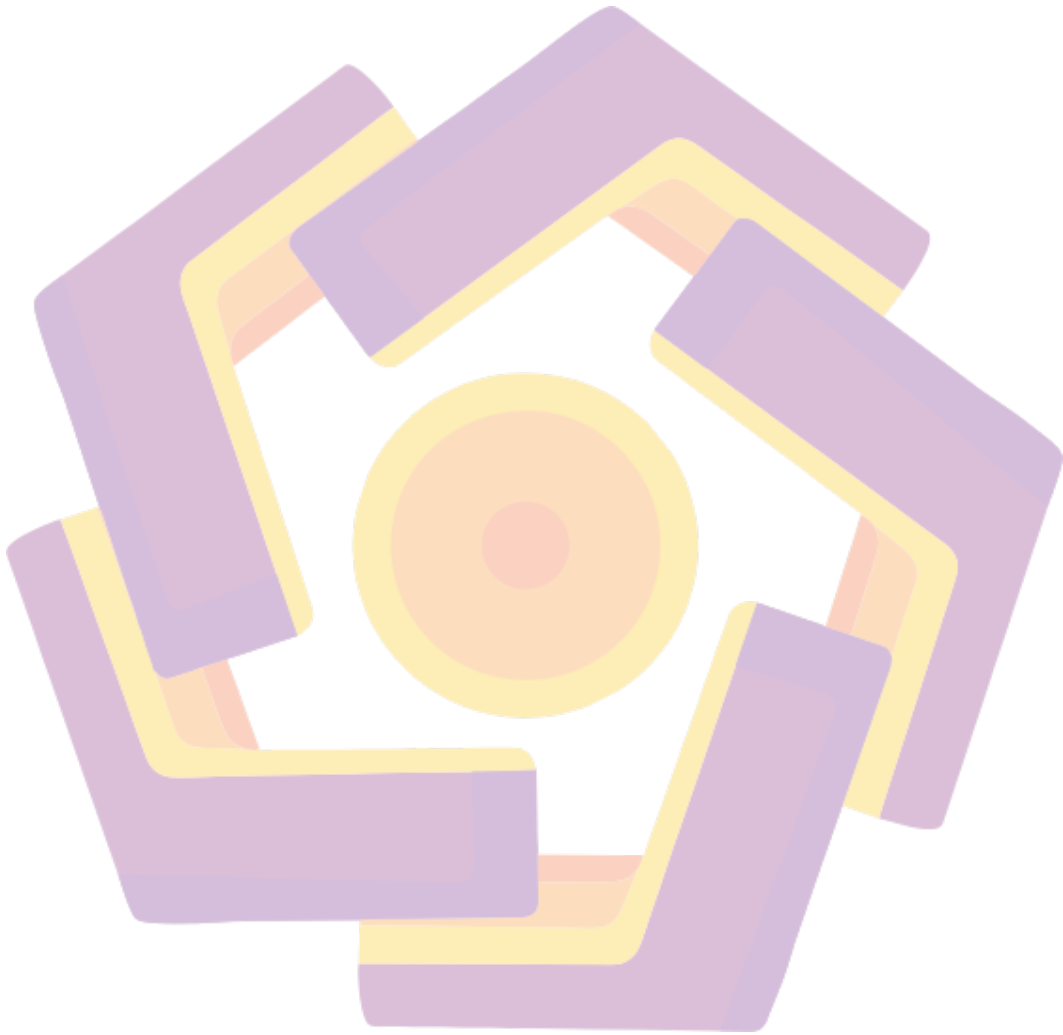
Ma'ruf Hidayat

HALAMAN MOTTO

“Pendidikan adalah senjata paling mematikan di dunia, karena dengan Pendidikan, kamu bisa mengubah dunia.”

(Nelson Mandela)

-Ma'ruf Hidayat-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, atas segala doa dan dukungan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan serta ilmu yang telah diberikan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan tugas akhir ini.
3. Teman-teman tercinta, atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang selalu diberikan dalam setiap proses yang dilalui.
4. Diri sendiri, atas usaha, ketekunan dan semangat yang terus dijaga hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
5. Serta kampus tercinta, Universitas Amikom Yogyakarta sebagai tempat penulis menimba ilmu, pengalaman, dan mengembangkan diri selama masa perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Video Promosi Destinasi Wisata Kelurahan Hargobinangun Berbasis Media Digital” tepat waktu.

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer pada Program Studi Manajemen Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan:

1. Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman dan Kelurahan Hargobinangun yang telah bersedia menjadi objek penelitian serta memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Akhmad Dahlan, M.Kom selaku Kepala Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Imam Ainudin Pirmansah, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta motivasi dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun materi, serta kasih sayang yang tiada henti.

Penulis menyadari bahwa naskah ini masih belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu selanjutnya.

Yogyakarta, 22 Mei 2026

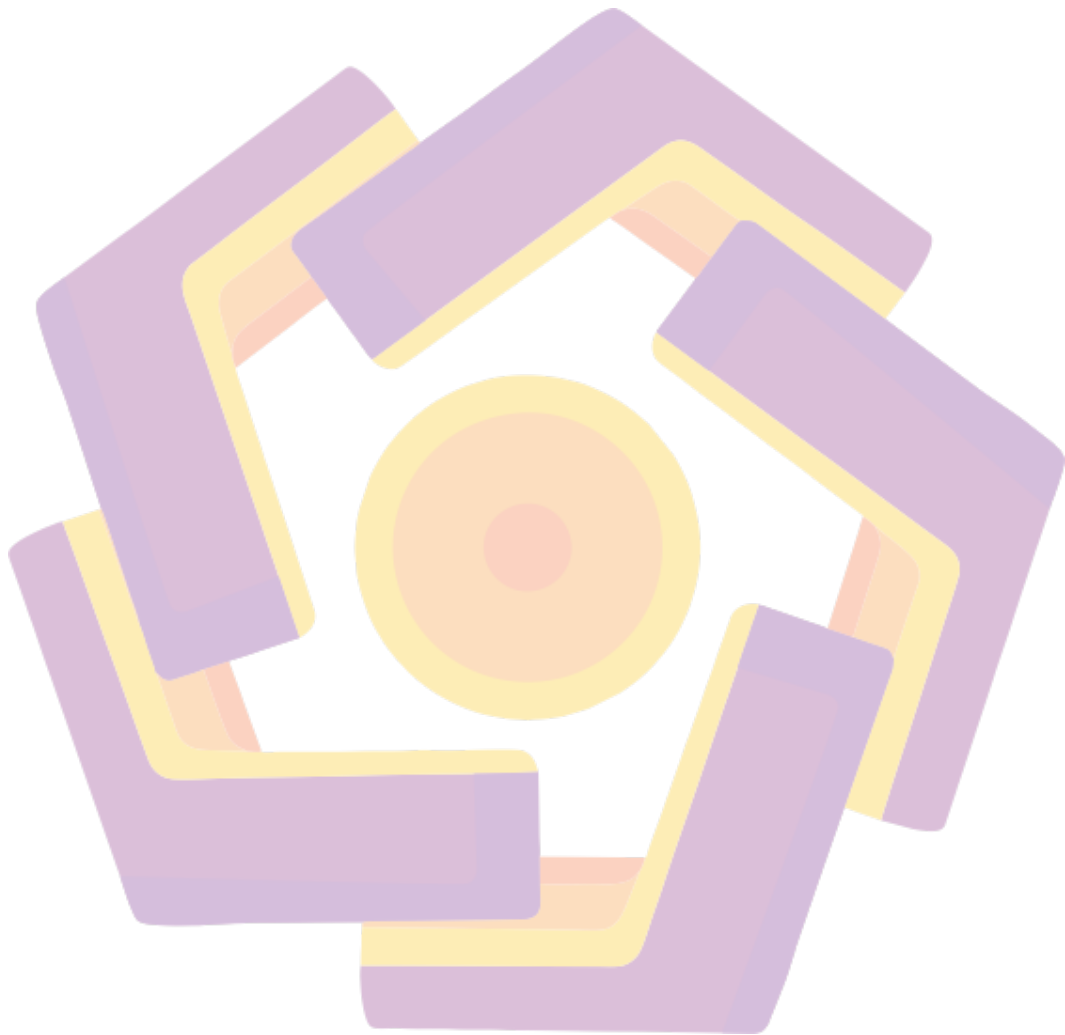
Penulis

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KELURAHAN HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL	ii
TUGAS AKHIR	ii
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KELURAHAN HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL	iii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	i
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KELURAHAN HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESTINASI WISATA KELURAHAN HARGOBINANGUN BERBASIS MEDIA DIGITAL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6

2.1	Referensi	6
2.2	Landasan Teori.....	8
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		20
3.1	Pendefinisian Masalah	20
3.1.1	Tinjauan Umum Dinas Kebudayaan Sleman.....	21
3.1.2	Deskripsi Masalah.....	23
3.1.3	Solusi Yang Diusulkan.....	23
3.2	Perancangan	24
3.3	Pengumpulan data	25
3.3.1	Wawancara.....	25
3.3.2	Observasi	25
3.4	Analisis Kebutuhan.....	26
3.4.1	Kebutuhan Fungsional	26
3.4.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	27
3.5	Praproduksi	28
3.5.1	Konsep	28
3.5.2	Pembuatan Narasi	30
3.5.3	Storyboard.....	30
3.5.4	Membuat Timeline.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Produksi	35
4.1.1	Pengambilan gambar (Video Shooting).....	35
4.1.2	Pembuatan Rekaman Audio	36
4.2	PascaProduksi	37
4.2.1	Offline Editing	37
4.2.2	Online Editing.....	41
4.3	Pengujian	47
4.3.1	Evaluasi Tampilan Video	47
4.3.2	Pengujian Ahli.....	49
4.3.3	Evaluasi Responden	52
4.4	Publikasi.....	56
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	58

DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64



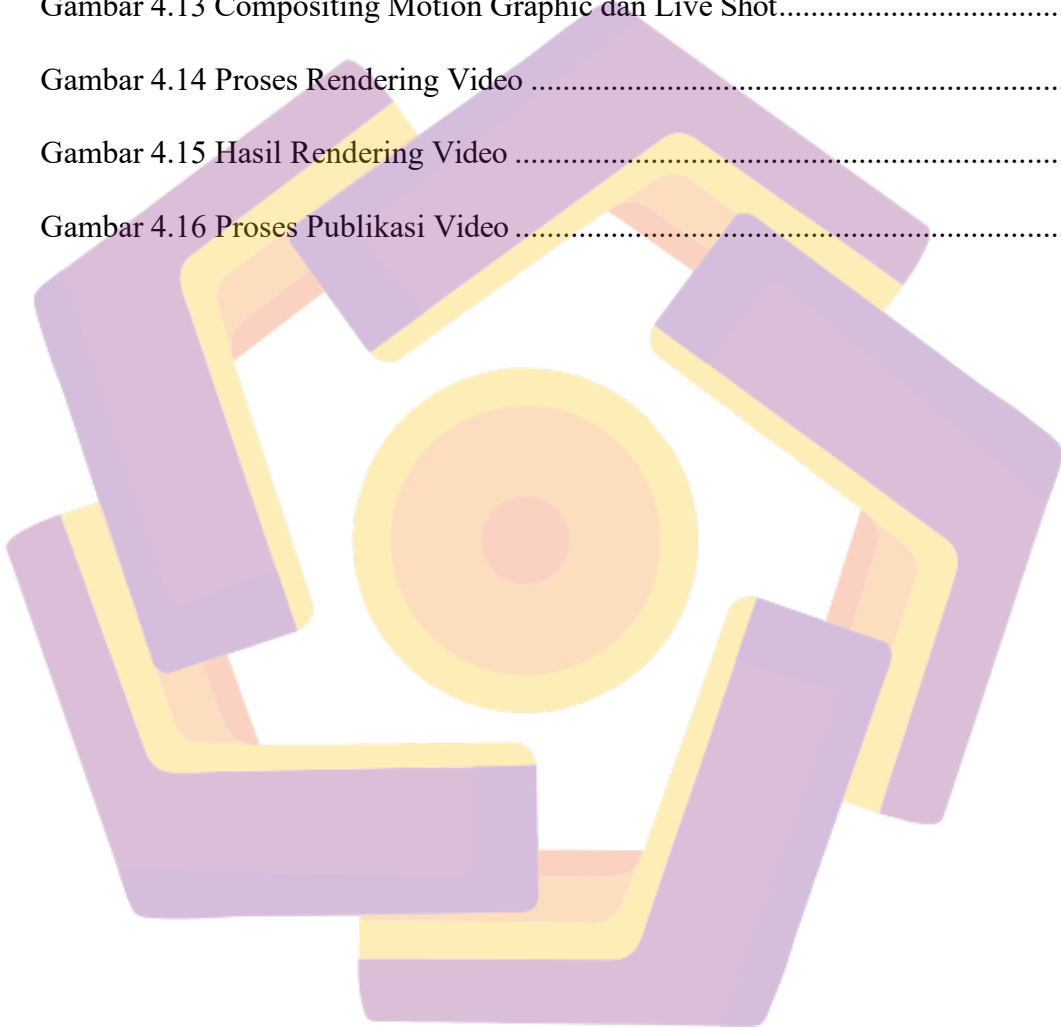
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian	7
Tabel 3.1 Deskripsi Masalah	23
Tabel 3.2 Daftar Solusi.....	23
Tabel 3.3 Kebutuhan Hardware.....	27
Tabel 3.4 Kebutuhan Software	27
Tabel 3.5 Kebutuhan Brainware.....	28
Tabel 3.6 Storyboard	30
Tabel 4.1 Daftar Alat.....	36
Tabel 4.2 Evaluasi Tampilan.....	48
Tabel 4.3 Pengujian Ahli.....	49
Tabel 4.4 Range Skor	52
Tabel 4.5 Evaluasi Responden	53
Tabel 4. 6 Range Skor	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Penerapan Promosi Digital	10
Gambar 2.2 Proses Pembuatan Video Promosi	11
Gambar 2.3 Tahapan Produksi Video.....	12
Gambar 2.4 Tahapan Pra Produksi	13
Gambar 2.5 Tahap Pembuatan Storyboard.....	14
Gambar 2.6 Jenis-Jenis Kamera Angle.....	15
Gambar 2.7 Jenis-Jenis Shot Dalam Pengambilan Gambar	15
Gambar 2.8 Proses Editing Video	17
Gambar 2.9 Proses Color Grading Pada Video	18
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan Sleman.....	22
Gambar 3.2 Alur Prancangan Video Promosi	24
Gambar 3.3 Refesensi 1 Video Promosi Wisata Pandowoharjo Sleman.....	29
Gambar 3.4 Referensi 2 Video Surga Tersembunyi Di Balik Pulau Bui	29
Gambar 3.5 Timeline Pembuatan Video	34
Gambar 4.1 Proses Pengambilan Video	36
Gambar 4.2 Proses Perekaman Audio Narasi.....	37
Gambar 4.3 Proses Pemilihan dan Pengelompokan Footage	38
Gambar 4.4 Proses Seleksi Footage pada Software Adobe Premiere Pro	39
Gambar 4.5 Proses Pemotongan Klip Video	40
Gambar 4.6 Proses Penyusunan Scene	40
Gambar 4.7 Proses Pembuatan Motion Graphic	41
Gambar 4.8 Proses Penambahan Motion Graphic.....	42

Gambar 4.9 Proses Penambahan Teks Subtitle	42
Gambar 4.10 Proses Penambahan Transisi.....	43
Gambar 4.11 Proses Color Correction dan Color Grading.....	44
Gambar 4.12 Proses Pengolahan Audio	44
Gambar 4.13 Compositing Motion Graphic dan Live Shot.....	45
Gambar 4.14 Proses Rendering Video	46
Gambar 4.15 Hasil Rendering Video	47
Gambar 4.16 Proses Publikasi Video	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Pengujian Dinas Kebudayaan Sleman	64
Lampiran 2 Dokumantasi Pengujian Kepala Kelurahan Hargobinangun.....	64
Lampiran 3 CV penguji.....	65
Lampiran 4 Linked in Penguji.....	65
Lampiran 5 Narasi Video Promosi	66
Lampiran 6 Narasi Video Promosi	66
Lampiran 7 Daftar Kegiatan.....	66

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk merancang video promosi destinasi wisata Kelurahan Hargobinangun berbasis media digital sebagai sarana informasi dan promosi kepada masyarakat luas. Latar belakang penelitian ini adalah belum optimalnya penyampaian informasi wisata yang masih menggunakan media konvensional sehingga potensi wisata belum dikenal secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan media promosi digital yang menarik dan informatif.

Metode yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah alur kerja multimedia yang terdiri dari tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Data dikumpulkan melalui observasi langsung di tiga lokasi wisata, wawancara dengan pengelola, dan studi pustaka. Tahap praproduksi meliputi penentuan konsep dan penyusunan storyboard, tahap produksi dilakukan melalui pengambilan footage di lokasi wisata, sedangkan tahap pasca-produksi meliputi proses editing, penambahan audio dan teks, hingga rendering dan publikasi melalui platform YouTube.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video promosi memperoleh persentase Ahli mencapai 78,8% dan evaluasi pengguna mencapai 83,9%, yang tergolong dalam kategori sangat baik. Dengan demikian, video promosi yang dihasilkan layak digunakan sebagai media promosi digital untuk meningkatkan daya tarik wisata Kelurahan Hargobinangun.

Kata kunci: Video Promosi, Wisata, Media Digital, Produksi Video, Promosi Pariwisata

ABSTRACT

This study aims to design a promotional video for tourism destinations in Hargobinangun Village as a digital promotional medium to provide information and attract a wider audience. The background of this study is the lack of optimal dissemination of tourism information, which still relies on conventional media, resulting in limited public awareness of the village's tourism potential. Therefore, an attractive and informative digital promotional medium is needed.

The method used in producing this video follows a multimedia workflow consisting of three stages: pre-production, production, and post-production. Data were collected through direct observation at three tourism locations, interviews with the managers, and literature study. The pre-production stage included concept development and storyboard preparation. The production stage involved footage recording at the tourism sites, while the post-production stage included video editing, audio and text addition, rendering, and publication through YouTube.

The evaluation results showed that the promotional video achieved a 78,8% expert rating and an 83,9% user rating, categorized as "Very Good." Therefore, the developed promotional video is considered suitable as a digital promotional medium to enhance the tourism appeal of Hargobinangun Village.

Keyword: Promotional Video, Tourism, Digital Media, Video Production, Tourism Promotion