



**PRODUKSI VIDEO PROFIL DESA WISATA
SUMOGAWE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR

Oleh :

Eka Mutiara Kasih

40020620650011

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2024



**PRODUKSI VIDEO PROFIL DESA WISATA
SUMOGAWE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi STr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh :

Eka Mutiara Kasih

40020620650011

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil karya ilmiah baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil karya ilmiah lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Eka Mutiara Kasih

NIM : 40020620650011

Tanda Tangan : 

Tanda Tanggal : 18 Juli 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO PROFIL DESA WISATA SUMOGAWA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Oleh

Eka Mutiara Kasih

40020620650011

Semarang, 18 Juli 2024

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop followed by a smaller, more intricate flourish.

Agus Naryoso, S.Sos., M.Si.

NIP. 197508312002121002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Eka Mutiara Kasih
NIM : 40020620650011
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Profil Desa Wisata
Sumogawe sebagai Upaya Meningkatkan
Brand Awareness

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Terapan (STr.) pada program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pembimbing : Agus Naryoso, S.Sos., M.Si.

NIP. 197508312002121002

Penguji 1 : Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom. (

NIP. 199003172019032014

Penguji 2 : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S. (

NIP. 196110261987021001

Semarang, 18 Juli 2024

Ketua Prodi Informasi dan Humas



Dra. Sri Indrahti, M. Hum

NIP. 196602151991032001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT karena atas limpahan berkah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ Produksi Video Profil Desa Wisata Sumogawe Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*. ”

Melalui tugas akhir ini, penulis berusaha untuk memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan desa wisata, khususnya Desa Wisata Sumogawe sebagai destinasi pariwisata yang menarik. Penelitian ini di dasarkan pada keyakinan bahwa penggunaan media visual, seperti video profil memiliki potensi besar dalam meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Dengan demikian, diharapkan tugas akhir ini dapat memberikan pandangan lebih luas dan solusi yang efektif dalam memperkenalkan potensi Desa Wisata Sumogawe sehingga masyarakat menjadi mengenal dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Sejalan dengan hal tersebut, tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan. Pembahasan dari project tugas akhir yang telah disusun terdiri dari 5 BAB, adapun penyusunannya dapat dijelaskan berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN : Diawali dengan membahas latar belakang masalah mengenai angka kunjungan Desa Wisata Sumogawe yang fluktuatif, hasil survei yang menunjukkan bahwa sebagian orang mengetahui Desa Wisata Sumogawe namun tidak akan potensi dan keunikan yang dimilikinya. Kurangnya *branding* yang dilakukan bahkan belum memiliki akun media sosial youtube sebagai sarana memperkenalkan potensi Desa Wisata Sumogae. Selanjutnya di dapat rumusan masalah untuk membuat output berupa video profil Desa Wisata Sumogawe untuk meningkatkan *awareness* masyarakat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Dalam tinjauan pustaka berisi mengenai kajian pustaka terdahulu yang relevan dengan pembahasan dalam *project* tugas

akhir yang di perkuat dengan teori-teori yang menguatkan penulisan tugas akhir ini.

BAB III METODE PELAKSANAAN : Berisikan tahap-tahap dalam produksi karya bidang serta dijelaskan mengenai konsep dan naskah yang tertuang dalam *Standar Sequence Guide* (SSG).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN : Pada bab ini menjelaskan mengenai kesesuaian antara rencana dengan realita proses produksi serta *review* karya bidang yaitu pembuatan video profil Desa Wisata Sumogawe.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN : Kesimpulan dan saran disampaikan dari produksi karya bidang yang merujuk kepada Desa Wisata Sumogawe agar semakin berkembang dan jumlah wisatawan terus meningkat dari waktu ke waktu.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

”Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama, kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua.”

(Buya Hamka)

“Live Like There’s No Tomorrow”

(Selena Gomez)

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam Laporan Tugas Akhir ini kecuali lembar persembahan. Tugas Akhir ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada diri saya sendiri, kepada orang tua tercinta, keluarga besar, sahabat, segenap civitas akademik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, dan teman-teman yang selalu memberikan *support* untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini”.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Ilahi Rabbi, Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya yang tidak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ Produksi Video Profil Desa Wisata Sumogawe Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*”. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya Tugas Akhir dan proyek ini tak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan, motivasi, saran dan kritik dari berbagai pihak. Maka dari itu, dari hati yang terdalam izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Cinta pertama dan juga *role model* saya, Bapak Nafisun yang telah memberi kepercayaan besar dan selalu mengupayakan kebutuhan penulis dalam mencapai gelar sarjana. Sosok panutan yang menjadi teman diskusi, pemberi motivasi dan teladan untuk anak-anaknya. Kerja keras dan tak kenal lelahnya selalu membuat penulis ingin meneruskan perjuangannya.
2. Teman cerita dan tempat pulang, Ibu Umairah. Yang doanya mujarab dan selalu mengiringi langkah penulis, sehingga penulis selalu dimudahkan dan dilancarkan jalannya. Sosok wanita penuh inspirasi, penguat, sekaligus sumber kebahagiaan. Perhatian dan kasih sayangnya selalu tercurah untuk anak-anaknya.
3. Adik penulis tercinta, Isnaeni Putri Azzahra yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis. Lanjutkan perjuangan kakakmu ini, dik! Yakinkanlah bahwa kita akan menjadi orang sukses dan membanggakan.
4. Dra. Sri Indrahti, M.Hum., selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberikan pengarahan dan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang sangat inspiratif. Senantiasa memberikan bimbingan, motivasi dan dukungan yang luarbiasa selama penulisan Tugas Akhir ini. Sosok yang selalu mengajarkan kesabaran. Tanpa bimbingan Mas Agus pencapaian ini

tidak akan terwujud. Semoga Mas Agus senantiasa sehat dan selalu di berkati dalam segala hal.

6. Nur Laili Mardhiyani, S.I. Kom., M.I.Kom. dan Drs. Joyo Nur Suryanto Gono., M.S. selaku dosen penguji penulis yang telah meluangkan waktunya sejak sidang filter hingga sidang akhir. Terimakasih telah menjadi penguji yang baik hati serta sangat suportif.
7. Keluarga Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang bidang Destinasi yaitu Mbak Rezha, Mbak Risma, Pak Tarmono, Pak Haryono, Pak Jati, Mas Rizky dan Bu Dewi yang telah memberikan dukungan, ilmu dan doa kepada penulis. Terkhusus Kepala Bidang yakni Bu Windarsih, Kepala Divisi yakni Bu Sekar dan Pak sarwono yang telah memberikan ilmu, dukungan, doa, arahan dan kesempatan sehingga penulis dapat mencoba banyak hal, berkembang serta dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keluarga Dinas pariwisata Bidang Pemasaran yaitu Bu Hendras, Mba Citra dan Mba Erma yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan projek dan tugas akhir penulis.
9. Bapak Marsudi Mulyo Utomo, selaku kepala Desa Sumogawe yang telah membantu, memfasilitasi, memberikan informasi dan juga mengizinkan penulis dalam melakukan projek tugas akhir.
10. Bu Sri, selaku ketua Pokdarwis Desa Wisata Sumogawe yang jasanya tak bisa dilupakan dalam membantu penyelesaian projek tugas akhir.
11. Pokdarwis “Ken Nyusu” Desa Wisata Sumogawe, yang dedikasinya luarbiasa dalam membantu penyelesaian projek tugas akhir.
12. Masyarakat Desa Wisata Sumogawe, yang sangat baik, kompak, ramah, suportif dan mampu bekerjasama dengan baik dalam proses pembuatan projek tugas akhir. Semoga Desa Wisata Sumogawe semakin dikenal dan semakin diminati wisatawan karena potensinya yang luarbiasa.
13. Sahabat penulis Alfina, Jihan, Indana, Salsa dan Sisil, terimakasih sudah berjuang bersama dan memberikan warna di masa perkuliahan penulis.
14. Sahabat penulis Dinda, Indri, Alvan, Mahdi dan Azhary yang menjadi tempat berkeluh kesah, berbagi tawa dan kebahagiaan dengan hal random.

15. Sahabat penulis sejak SMA. Ezra, Dias dan Gerind yang selalu berjalan beriringan walau terhalang oleh jarak. Cintanya, dukungannya, afirmasi positif dan doanya selalu menyertai langkah penulis.
16. Sahabat penulis, Azizah Alifia Argeta yang telah kebersamai penulis sejak menjadi mahasiswa baru hingga telah menyelesaikan tugas akhir ini.
17. Dhia Mumtaz, Raihan Ramadhan dan Haidar Hafizh selaku *talent* dalam pembuatan projek tugas akhir ini yang dengan senang hati membantu.
18. Mba Dina dan Kak Rania yang selalu mendukung dan memberi motivasi agar penulis sesegera mungkin menyelesaikan tugas akhir.
19. Terakhir, terimakasih untuk Eka Mutiara Kasih yang telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga setiap langkah yang telah diambil membawa kebaikan dan inspirasi bagi diri sendiri juga orang lain. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan, ka!
20. Juga seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam pelaksanaan projek dan penyusunan tugas akhir ini masih ditemui banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kebaikan bersama dimasa mendatang. Dengan harapan projek dan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi pembaca guna memberikan informasi dan pengetahuan khususnya bagi penelitian dan studi dengan tema yang serupa.

Semarang, 18 Juli 2024

Penulis,



Eka Mutiara Kasih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	9
1.5 Luaran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Komunikasi Pariwisata	15
2.2.2 Desa Wisata	16
2.2.3 Brand Awareness.....	17
2.2.4 Tourism Destination <i>Branding</i>	19
2.2.5 Company Profile.....	19
2.2.6 Teknik Pengambilan Video	23
2.2.7 Teknik Edit Video	27
2.2.8 Identifikasi Target Audiens	28

2.2.9	Media Sosial Youtube	29
BAB III METODE		31
3.1	Metode Pelaksanaan	31
3.2	Konsep Penciptaan Karya	32
3.2.1	Klien Karya Bidang	32
3.2.2	Profil Desa Wisata Sumogawe	32
3.2.3	Konsep Karya Bidang.....	33
3.2.4	Produksi	33
3.3	Teknik Pengambilan Data	36
3.4	Linimasa Pelaksanaan Tugas Akhir	39
3.5	Rancangan Anggaran Biaya	39
3.6	Segmentasi dan Target <i>Audiences</i>	40
3.7	Standard Sequences Guide	40
BAB IV		48
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	48
4.2	Analisis Tahap Pra Produksi.....	49
4.3	Analisis Tahap Produksi	57
4.4	Analisis Tahap Pasca Produksi.....	60
4.5	Analisis Hasil dan Evaluasi	66
4.5.1	Perencanaan Evaluasi	66
4.5.2	Analisis Hasil Posting dan Ulasan Publik	66
4.5.3	Analisis Hasil Survey	69
4.5.4	Analisis Perbandingan Data Survei	71
4.5.5	Hasil Ulasan.....	72
4.5.6	Rekomendasi dan Tindak Lanjut.....	73
4.6	Hambatan Proses Produksi	74
4.6.1	Pra produksi.....	74
4.6.2	Produksi.....	74
4.6.3	Pasca produksi	75
BAB V.....		76
PENUTUP.....		76

5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	10
Tabel 3.1 Timeline Kegiatan.....	39
Tabel 3.2 Rencana Anggaran	39
Tabel 3.3 Guidline Produksi	41
Tabel 4.1 SSG Final	50
Tabel 4.2 Hasil Video Profil Yang Telah Di Posting.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Paket Wisata Desa Wisata Sumogawe	3
Gambar 1.2 Perbandingan Data Kunjungan Desa Wisata Lerep dan	4
Gambar 1.3 Hasil Awareness Masyarakat akan Desa Wisata Sumogawe.....	5
Gambar 1.4 Youtube Dinas Pariwisata Kab. Semarang	7
Gambar 4.1 Pengambilan Gambar Saat Tiba Di Sumogawe Valley	58
Gambar 4.2 Pengambilan Gambar Saat Minum Welcome Drink Susu	58
Gambar 4.3 Pengambilan Gambar Pada Saat Makan Gemblong Cotot.....	58
Gambar 4.4 Pengambilan Gambar di Vihara Santi Gosa.....	59
Gambar 4.5 Pengambilan Gambar di Vihara Santi Gosa.....	59
Gambar 4.6 Pengambilan Gambar Jargon Pokdarwis.....	59
Gambar 4.7 Pengambilan Gambar Selfi.....	60
Gambar 4.8 Pengambilan Gambar Alam Menggunakan Drone	60
Gambar 4.9 Pemilihan Klip Video	61
Gambar 4.10 Penyuntingan Video	61
Gambar 4.11 Penambahan Musik	62
Gambar 4.12 Before Colour Grading.....	62
Gambar 4.13 After Colour Grading	62
Gambar 4.14 Penambahan Teks.....	63
Gambar 4.15 Ekspor video.....	63
Gambar 4.16 Save Video	64
Gambar 4.17 Chanel Youtube Desa Wisata Sumogawe Yang Baru Dibuat.....	65
Gambar 4.18 Koordinasi Dengan Kepala Divisi Promosi Pemasaran.....	65
Gambar 4.19 Insight Postingan Video di Chanel Youtube	68
Gambar 4.20 Insight Video di Chanel Youtube.....	69
Gambar 4.21 Diagram Awareness Masyarakat akan Desa Wisata Sumogawe Setelah Menonton Video Profil.....	70
Gambar 4.22 Hasil Survei Pengetahuan Masyarakat terhadap	70
Gambar 4.23 Diagram Kunjungan Masyarakat ke Desa Wisata Sumogawe.....	71
Gambar 4.24 Diagram Ketertarikan Masyarakat Untuk Berkunjung ke Desa Wisata Sumogawe	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian dan Pengambilan Data	83
Lampiran 2. Dokumentasi Pelaksanaan Produksi	84
Lampiran 3. Desain Background Chanel Youtube Desa Wisata Sumogawe.....	85
Lampiran 4. Thumbnail Video	85

ABSTRAK

Desa Wisata Sumogawe yang dikenal sebagai Kampung Susu Sumogawe adalah salah satu desa wisata maju di Kabupaten Semarang. Meskipun demikian, banyak masyarakat di Kota Semarang, Kabupaten Semarang dan Kota Salatiga yang belum mengenal potensi dan keunikannya. Desa ini memiliki berbagai potensi alam, budaya, dan UMKM yang berkembang beriringan dengan produk unggulan susu sapi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang Desa Wisata Sumogawe dengan menyediakan informasi lengkap mengenai potensi dan keunikannya serta beragam aktivitas dan pengalaman yang ditawarkan. Langkah strategis yang diambil dalam proyek Tugas Akhir ini yaitu dengan membuat video profil Desa Wisata Sumogawe berdurasi 9 menit, yang diunggah di kanal youtube Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang dan Desa Wisata Sumogawe. Proses produksi video dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dengan berpedoman pada SSG (*Standard Sequence Guide*). Dari proyek yang telah dihasilkan, menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat dari 14% menjadi 98%. Hal ini menandakan bahwa proyek ini berhasil dalam meningkatkan *brand awareness* di kalangan masyarakat, terutama Kota Semarang, Kabupaten Semarang dan Kota Salatiga.

Kata kunci : Desa Wisata Sumogawe, *Brand Awareness*, Video Profil

ABSTRACT

Sumogawe Tourism Village, known as Sumogawe Milk Village, is one of the developed tourist villages in Semarang Regency. However, many people in Semarang City, Semarang Regency and Salatiga City don't yet know its potential and uniqueness. This village has various natural, cultural and SMEs (Small and Medium Enterprises) potential that develop along with superior cow's milk products. Therefore, efforts are needed to increase public awareness about Sumogawe Tourism Village by providing complete information about its potential and uniqueness as well as the various activities and experiences it offers. The strategic step taken as a final assignment project was to create a nine minute video profile of the Sumogawe Tourism Village, which was uploaded on the youtube channel of the Semarang Regency Tourism Village. The video production process was carried out in three stages, namely pre-production, production and post production guided by the SSG (Standard Sequence Guide). From the projects that have been produced, it shows an increase in public awareness from 14% to 98%. This indicates that this project has been successful in increasing brand awareness among the community, especially Semarang City, Semarang Regency and Salatiga City.

Keywords : Sumogawe Tourism Village, Brand Awareness, Profile Video