



“Pengembangan Video Narasi Fiksi *Keinai Ashiato* di Tempat wisata Jakarta “

**ジャカルタ観光地におけるフィクション映像作品消えない足跡
の開発**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi STr. Bahasa Asing Terapan
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Delnavaz Ananda Cahyaningrum

40020521650062

PROGRAM STUDI STr. BAHASA ASING TERAPAN

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Delnavaz Ananda Cahyaningrum

NIM : 40020521650062

Tanda Tangan :



Tanggal : 10 September 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**“Pengembangan Video Narasi Fiksi *Keinai Ashiato* di Tempat
wisata Jakarta “**

**ジャカルタ観光地におけるフィクション映像作品消えない足跡
の開発**

Oleh

Delnavaz Ananda Cahyaningrum

40020521650062

Semarang, 22 September 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Aditya Nur Patria, S.Hum., M.App.Ling

199012182020121007

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Delnavaz Ananda Cahyaningrum
NIM : 40020521650062
Program Studi : Bahasa Asing Terapan
Judul Tugas Akhir : Pengembangan Video Narasi Fiksi Keinai
Ashiato di Tempat wisata Jakarta

**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 Bahasa Asing Terapan
Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.**

TIM PENGUJI

Pembimbing : Aditya Nur Patria S.Hum., M.App.Ling ()
Penguji I : Althaf Gauhar Auliawan S.Hum., M.Si. ()
Penguji II : Rezki Fatimah S.S., M.Hum. ()

Semarang, 30 September 2025

Ketua Prodi Bahasa Asing Terapan,



Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum.

NIP 197401032000122001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai bagian dari penyelesaian studi, dengan fokus pada proses pembuatan video narasi fiksi berjudul *Kienai Ashiato*. Video ini dirancang sebagai media promosi wisata dengan pendekatan narasi fiksi yang menampilkan destinasi-destinasi di Jakarta. Melalui karya ini, penulis berupaya menyajikan sisi lain pariwisata Jakarta yang dipadukan dengan nilai-nilai reflektif dan puitis. Dalam penyusunan laporan ini, penulis telah berusaha mengumpulkan data secara cermat serta menyajikannya dalam bentuk uraian sistematis, mulai dari tahap analisis, perancangan, pengembangan, implementasi, hingga evaluasi. terselesaikannya laporan ini tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Kepada Papi saya, bapak Andi Kuncahyo yang selalu Memberikan doa, restu, dukungan, dan fasilitas untuk kegiatan Tugas akhir sehingga semuanya berjalan baik dan lancar.
3. Kepada Mami saya, Aliffah Kusumaningrum yang selalu Memberikan doa, restu, dukungan, dan fasilitas untuk kegiatan Tugas akhir sehingga semuanya berjalan baik dan lancar.
4. Kembaran saya, Rifghi Firdausi Mutashim yang selalu mendukung dan memberikan doa sehingga dapat melaksanakan Tugas akhir ini dengan baik dan lancar
5. Adik perempuan saya, Yasmin Farenisha Cahyafia yang selalu mendukung dan memberikan doa sehingga dapat melaksanakan Tugas akhir ini dengan baik dan lancar
6. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro

7. Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum., selaku Ketua Program Studi S.Tr. Bahasa Asing Terapan
8. Aditya Nur Patria, S.Hum., M.App.Ling selaku Dosen Pembimbing Tugas akhir
9. Kepada Prima Fauzani Riawan, sahabat sekaligus rekan yang senantiasa hadir sejak awal, terima kasih atas kebersamaan, kesabaran, serta peran sebagai partner untuk bertumbuh bersama. Dukungan yang selalu ada sejak memulai berbagai proyek berdua hingga penyelesaian tugas akhir ini menjadi hal yang sangat berarti bagi penulis
10. Kepada sahabat seperjuangan, yaitu Seftian, Saidah, Zareta, Adinda, Nikita, Laksita, dan Hani, terima kasih atas dukungan positif serta kehadiran yang selalu ada sehingga memberikan semangat tambahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kim Minjeong AESPA dan Max Verstappen yang selalu menghibur dikala suntuk datang dan selalu memberikan motivasi positif yang membangun

ABSTRAK

Pariwisata Jakarta memiliki daya tarik beragam dengan keberadaan destinasi unggulan seperti Masjid Istiqlal dan Gereja Katedral yang telah dikenal luas, sementara destinasi lain seperti Museum Taman Prasasti dan Taman Mangrove Angke masih memerlukan perhatian lebih agar dapat berkembang. Tujuan penelitian ini adalah merancang dan mengembangkan media promosi wisata Jakarta berbasis narasi fiksi yang kreatif dan mampu menyentuh aspek emosional audiens. Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development (R&D)* dengan model pengembangan *ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation)*. Produk yang dihasilkan berupa video promosi wisata berjudul *Kienai Ashiato* dengan durasi delapan menit. Video ini menampilkan destinasi wisata Jakarta secara implisit melalui alur cerita, memadukan bahasa Indonesia dan bahasa Jepang, serta dilengkapi subtitle bahasa Jepang. Fokus penelitian diarahkan pada tahapan produksi dan pascaproduksi, khususnya proses pengambilan gambar sesuai storyboard serta tahap editing yang meliputi pengaturan audiovisual, penambahan subtitle, dan penyesuaian alur cerita agar selaras dengan narasi fiksi yang dibangun. Hasil uji menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian pada kategori Setuju hingga Sangat Setuju terhadap aspek konten, audiovisual, dan kebahasaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa video narasi fiksi ini efektif sebagai alternatif media promosi wisata Jakarta, karena dinilai mampu membangun daya tarik emosional audiens sekaligus memperkenalkan destinasi wisata dengan cara reflektif, kreatif, dan berbeda dari video promosi konvensional.

Kata Kunci: Pariwisata Jakarta, Narasi fiksi, Video promosi, Model ADDIE, Research and Development, Media audiovisual, Masjid Istiqlal, Gereja Katedral, Museum Taman Prasasti, Taman Mangrove Angke

ABSTRACT

Jakarta tourism offers diverse attractions, with prominent destinations such as Istiqlal Mosque and the Cathedral Church already well recognized, while others like the Taman Prasasti Museum and Angke Mangrove Park still require more attention to grow. The purpose of this study is to design and develop a creative tourism promotion medium for Jakarta that appeals not only informatively but also emotionally to audiences. This study employs the Research and Development (R&D) method using the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). The final product is a promotional video titled Kienai Ashiato with a duration of eight minutes. The video implicitly showcases Jakarta's tourist destinations through a fictional storyline, combining Indonesian and Japanese languages, and is complemented with Japanese subtitles. The research focuses on the production and post-production stages, particularly the shooting process based on the storyboard and the editing phase, which involves audiovisual arrangements, subtitle insertion, and storyline adjustments to align with the fictional narrative. The results indicate that respondents rated the video in the categories of Agree to Strongly Agree across aspects of content, audiovisual quality, and language. Therefore, it can be concluded that this fictional narrative video is effective as an alternative medium for promoting Jakarta tourism, as it successfully builds emotional appeal while introducing tourist destinations in a reflective, creative, and distinctive manner compared to conventional promotional videos.

Keywords: *Jakarta tourism, Fictional Narrative, Promotional Video, ADDIE Model, Research and Development, Audiovisual Media, Istiqlal Mosque, Cathedral Church, Taman Prasasti Museum, Angke Mangrove Park*