

INTISARI

Media promosi dalam suatu objek wisata berfungsi sebagai wadah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang berbagai aspek layanan dan fasilitas. Permasalahan yang ada di objek wisata mata air ini kurangnya sumber daya manusia untuk membuat konten sendiri, kebanyakan video yang di sosmed masih berdurasi pendek seperti short video, reels, dan repost story. Tujuan utama media ini adalah untuk menarik minat masyarakat, memberikan informasi yang akurat tentang objek wisata, dan mendorong masyarakat untuk mengunjungi atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Dalam pengembangan media promosi ini digunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe After Effects, dan Adobe Premiere Pro. Proses perancangan media informasi ini mengikuti metode ADDIE yang meliputi Analisis, Desain, Pengembangan, Implementasi, dan Evaluasi. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang mencakup empat aspek yaitu visual, audio, bahasa, dan penyampaian informasi, dengan total pertanyaan sebanyak 16 pertanyaan. Hasil kuesioner dari 70 responden dari karyawan BUMDES Sidowayah dan Wisata Mata Air Umbul Manten, juga wisatawan menunjukkan skor sebesar 82,1%. Hal ini menunjukkan bahwa video profil perusahaan ini “Sangat Baik” untuk digunakan sebagai media promosi Wisata Mata Air Umbul Manten. Video promosi objek wisata ini mencakup delapan layanan dasar dan fasilitas di Wisata Mata Air Umbul Manten, sehingga memberikan gambaran singkat tentang layanan dan fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata.

Kata Kunci: Media Promosi, Metode ADDIE, Objek Wisata

ABSTRACT

Promotional media in a tourist attraction functions as a forum for conveying information to the public about various aspects of services and facilities. The problem with this spring tourist attraction is the lack of human resources to create their own content, most of the videos on social media are still of short duration, such as short videos, reels and repost stories. The main aim of this media is to attract public interest, provide accurate information about tourist attractions, and encourage people to visit or use the services offered. In developing this promotional media, software such as Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe After Effects, and Adobe Premiere Pro were used. The information media design process follows the ADDIE method which includes Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation. Data collection was carried out through a questionnaire which covered four aspects, namely visual, audio, language and information delivery, with a total of 16 questions. The results of the questionnaire from 70 respondents from BUMDES Sidowayah employees and Umbul Manten Springs Tourism, as well as tourists, showed a score of 82.1%. This shows that this company's profile video is "Very Good" for use as promotional media for Umbul Manten Springs Tourism. This tourist attraction's promotional video covers eight basic services and facilities at the Umbul Manten Springs Tourism, thus providing a brief overview of the services and facilities of the tourist attraction.

Keywords: Promotional Media, ADDIE Method, Tourist Attraction