

RINGKASAN

PERANCANGAN VIDEO IKLAN ADVERTORIAL WAYANG ORANG SRIWEDARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai media pendukung iklan promosi wisata di Surakarta, penggunaan Informasi melalui gambar dan suara dapat memberikan informasi wisata dengan lebih menarik dan detail, dengan demikian penulis dapat membuat tugas akhir dengan judul “perancangan Video Iklan Advertorial Wayang Orang Sriwedari”. Metode yang digunakan dalam tahapan perancangan Video berupa perancangan Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. minimnya literasi masyarakat tentang pentingnya melestarikan kebudayaan maka Dengan adanya iklan video Wayang Orang Sriwedari sangat membantu pemasaran mulai dari kelas menengah kebawah hingga kelas menengah keatas, dari anak muda sampai dewasa. Dengan video iklan Wayang Orang Sriwedari ini diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal dan diharapkan dapat ikut serta dalam pelestarian Kebudayaan Satu-satunya kesenian Wayang Orang yang masih ada di Surakarta. dengan penggunaan effect Colour grading serta pemilihan jenis Typografi Arial agar lebih menarik audiens Video ini didukung dengan penambahan Audio dan Gending Kebo Giro dipakai dalam Backsound video tersebut. perancangan ini diharapkan mampu memberikan minat masyarakat menjadikan media video iklan ini efektif serta dapat bersaing dengan Kompetitor-kompetitor baru meningkatkan daya saing wisata destinasi pilihan serta ancaman budaya modernitas dalam segala keluasan dan variasi.

Kata Kunci : Wisata Budaya, Wayang Orang Sriwedari, Video Advertorial,

ABSTRACT

THE DESIGN OF ADVERTORIAL ADVERTISING VIDEO FROM WAYANG ORANG SRIWEDARI

This study aims to develop the supporting media for tourism promotion advertising in Surakarta. The use of information through images and sound can provide more interesting and detailed travel information. Therefore, the author can do a final project entitled " the design of Advertorial Video Advertising from Wayang Orang Sriwedari." The method used in the video design stage is pre-production, production, and post-production design. The lack of public literacy about the importance of preserving culture makes the existence of the Wayang Orang Sriwedari video advertisement very helpful in marketing from the middle low to the middle-up class and young people to adults. Video advertisement for Wayang Orang Sriwedari is expected that the community will get to know more and participate in preserving Wayang Orang in Surakarta. The use of the color grading effect and the selection of arial typography make it more attractive to the audience. This video is supported by the addition of Audio and Gending Kebo Giro used in the video's Backsound. This design is expected to provide public interest in making this advertising video media effective. Besides, it can also compete with new competitors in increasing the competitiveness of selected tourism destinations and the threat of modernity culture.

Keywords: Cultural Tourism, Wayang Orang Sriwedari, Advertorial Videos

