

ABSTRAK

Kapalo Banda Taram merupakan salah satu destinasi wisata alam yang terletak di Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat, dengan daya tarik utama berupa ekowisata dan wisata budaya. Meskipun memiliki potensi besar, kurangnya promosi yang efektif menyebabkan fluktuasi jumlah pengunjung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang video promosi yang menarik guna meningkatkan minat wisatawan. Perancangan video promosi ini menggunakan analisis data berdasarkan teori S.W.O.T (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) serta menerapkan teori komunikasi, desain layout, dan warna untuk meningkatkan daya tarik visual. Hasil dari penelitian ini dalam bentuk video promosi berdurasi 3 menit 1 detik yang menampilkan berbagai objek wisata di Kapalo Banda Taram. Video ini dirancang khusus untuk platform media sosial dengan teknik sinematografi dan penyajian visual yang menarik. Alur cerita dalam video promosi dimulai dari gerbang masuk wisata Kapalo Banda, kemudian menampilkan bendungan, wisata rakit bambu, hutan pinus, Tapian Puti, Puncak Wakanda, Off-Road Tour Wakanda, Motor Trail Adventure, Surau Tuo, Makam Syekh Ibrahim Mufti, dan Tabek Gadang. Selain itu, perancangan ini juga mencakup penggunaan satu orang talent serta narasi dalam video. Sebagai media pendukung, perancangan ini dilengkapi dengan berbagai elemen promosi seperti poster, x-banner, stiker, t-shirt, gantungan kunci, tumbler, bucket hat, dan tote bag untuk memperkuat kampanye promosi wisata Kapalo Banda Taram.

Kata kunci : Promosi, Kapalo Banda Taram, Perancangan, Video, Pengunjung

ABSTRACT

Kapalo Banda Taram is one of the natural tourist destinations located in Lima Puluh Kota Regency, West Sumatra, with the main attraction being ecotourism and cultural tourism. Despite its great potential, the lack of effective promotion causes fluctuations in the number of visitors. Therefore, this research aims to design an attractive promotional video to increase tourist interest. The design of this promotional video uses data analysis based on S.W.O.T (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) theory and applies communication theory, layout design, and color to increase visual appeal. Hail from this research in the form of a 3-minute 1-second promotional video featuring various attractions in Kapalo Banda Taram. This video is specially designed for social media platforms with cinematography techniques and attractive visual presentation. The storyline in the promotional video starts from the entrance gate of Kapalo Banda tourism, then displays the dam, bamboo raft tour, pine forest, Tapian Puti, Puncak Wakanda, Off-Road Tour Wakanda, Motor Trail Adventure, Surau Tuo, Tomb of Sheikh Ibrahim Mufti, and Tabek Gadang. In addition, this design also includes the use of one talent and narration in the video. As supporting media, this design is equipped with various promotional elements such as posters, x-banners, stickers, t-shirts, key chains, tumblers, bucket hats, and tote bags to strengthen the Kapalo Banda tourism promotion campaign.

Keywords: Promotion, Kapalo Banda Taram, Design, Video, Visitors