

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Perancangan Video Promosi Kampung Pempek Tanggo Rajo Cindo untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kuliner Khas Palembang”. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video promosi Kampung Pempek untuk meningkatkan daya tarik wisata kuliner khas Palembang. Kampung pempek yang terletak di kawasan Seberang Ulu I, Palembang, merupakan sentra produksi pempek yang memiliki nilai budaya, historis, dan ekonomi. Namun, rendahnya eksistensi di media digital serta minimnya strategi promosi yang menarik menghambat pengenalan kawasan ini secara luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan model perancangan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil perancangan berupa video promosi berdurasi 3 menit yang mengintegrasikan narasi visual, sinematografi, *storytelling*, dan unsur khas lokal untuk membangun citra destinasi kuliner. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video promosi yang dirancang mampu menyampaikan informasi secara menarik, memperkuat identitas kampung, serta mempengaruhi persepsi dan minat calon wisatawan. Dengan demikian, media visual dinilai efektif sebagai alat promosi dalam upaya memperluas jangkauan promosi destinasi dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: Video Promosi, Wisata Kuliner, Kampung Pempek, Palembang

ABSTRACT

This research is entitled “Perancangan Video Promosi Kampung Pempek Tanggo Rajo Cindo Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kuliner Khas Palembang”. This research aims to design a promotional video of Pempek Village to increase the attractiveness of Palembang’s typical culinary tourism. Pempek village located in Seberang Ulu I, Palembang, is a pempek production center that has cultural, historical, and economic values. However, the low presence in digital media and the lack of attractive promotional strategies hinder the widespread recognition of this area. The method used in this research is a descriptive approach with the ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation) design model. Data were collected through observation, interviews, documentation, and literature study. The result of the design is a 3 minute promotional video that integrates visual narration, cinematography, storytelling, and local elements to build the image of culinary destinations. The evaluation results show that the designed promotional video is able to convey information in an interesting way, strengthen the village identity, and influence the perception and interest of potential tourist. Thus, visual media is considered effective as a promotional tool in an effort to expand the reach of destination promotion and increase tourist visits.

Keywords: *Promotional Video, Culinary Tourism, Kampung Pempek, Palembang*