

ABSTRACT

This study aims to develop a promotional video script to introduce Pempek Koyek as a culinary tourism attraction in Palembang through TikTok. The study uses the Research and Development (R&D) method adapted from Sukmadinata (2017), including preliminary study, model development, and final product testing. Data were collected by thematic analysis through interviews, observations and analysed using thematic analysis. The script was created using the structure outlined by Jakacaping in (2018), namely narrative hook, introduction, body, and closing. The script has been validated by the owner, a scriptwriting expert, and an English expert. The scriptwriting expert suggested improving the opening section, capitalization, and diction. The English expert highlighted the script's strong focus on visitor participation and its vivid descriptions of the traditional setting, riverside scenery, and pempek-making activities, which effectively engage the audience. The result is a 1–2-minute promotional video script in English highlighting the uniqueness of Pempek Koyek, such as live cooking, and its location near by the Musi River. The owner confirmed that the script accurately reflects the concept and experience of Pempek Koyek. and is expected to be an effective promotional tool to enhance its attractiveness and reach as a culinary tourism destination.

Keywords: *culinary tourism, promotion, pempek koyek, script, tiktok.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan naskah video promosi untuk memperkenalkan Pempek Koyek sebagai daya tarik wisata kuliner di Palembang melalui TikTok. Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) yang diadaptasi dari Sukmadinata (2017), yang meliputi tiga tahap, yaitu studi pendahuluan, pengembangan model, dan pengujian produk akhir. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Naskah dikembangkan menggunakan struktur yang dikemukakan oleh Jakacaping (2018), yaitu hook naratif, pendahuluan, isi, dan penutup. Naskah tersebut telah divalidasi oleh pemilik usaha, ahli penulisan naskah, dan ahli bahasa Inggris. Ahli penulisan naskah menyarankan perbaikan pada bagian pembuka, penggunaan huruf kapital, dan pemilihan diksi. Ahli bahasa Inggris menyoroti fokus naskah yang kuat terhadap partisipasi pengunjung serta deskripsi yang jelas mengenai suasana tradisional, pemandangan tepi Sungai Musi, dan aktivitas pembuatan pempek yang dapat menarik perhatian audiens. Hasil penelitian berupa naskah video promosi berbahasa Inggris berdurasi 1–2 menit yang menonjolkan keunikan Pempek Koyek, seperti proses memasak secara langsung di hadapan pengunjung, serta lokasinya yang berada di dekat Sungai Musi. Pemilik usaha mengonfirmasi bahwa naskah tersebut telah menggambarkan konsep dan pengalaman Pempek Koyek secara akurat. Naskah ini diharapkan dapat menjadi media promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan Pempek Koyek sebagai destinasi wisata kuliner.

Kata kunci: *naskah, promosi, Pempek Koyek, TikTok, wisata kuliner*