

ABSTRAK

PEMBUATAN VIDEO PARIWISATA KOTA SURABAYA BERJUDUL “SPARKLING SURABAYA”

Novan Andrianus (2008)

Pembimbing I : Karsam, MA., Ph.D.

Pembimbing II: Thomas Hanandry Dewanto ST., MT.

Program Studi DIV Komputer Multimedia, STIKOM

Kata Kunci: Surabaya, Difrensiasi Pariwisata, Video Pariwisata, Publikasi

Ibu walikota Surabaya, Tri Rismaharini pada acara "Surabaya Tourism Destination Award 2012" mengatakan bahwa kota Surabaya "Kita tidak punya potensi alam, tapi kita memiliki diferensiasi. Itulah yang harus kita tingkatkan untuk mengembangkan pariwisata di Surabaya" (Rachel, 2012). Diferensiasi yang dimiliki oleh Surabaya menjadi sebuah titik berat untuk mengangkat pariwisata yang di banyak kota yang ada di Indonesia. Di era modern dan perkembangan pariwisata yang pesat ini kota Surabaya membutuhkan sebuah media publikasi untuk membantu memasarkan banyak obyek wisata yang belum diketahui oleh wisatawan selain itu juga mampu menumbuhkan minat bagi masyarakat lokal, dalam hal ini masyarakat Surabaya untuk mengenal dan memahami daerahnya.

Bentuk promosi dalam bentuk video merupakan media publikasi paling informatif, sebab video merupakan media publikasi yang dapat menyampaikan pesan secara textual, audio maupun visual. Kemampuan media video dalam hal menyampaikan pesan cukup luas dibandingkan media publikasi lainnya seperti radio atau cetak. Fleksibilitas yang dimiliki oleh video juga menempatkannya sebagai media dengan *multi device*, seiring dengan berkembangnya era teknologi. Video tidak hanya dapat di salurkan melalui televisi namun juga mampu di unggah ke berbagai situs populer di internet, sehingga mampu memperkenalkan diferensiasi obyek pariwisata kota Surabaya kepada calon wisatawan domestik maupun mancanegara.