

---

# Pelatihan Pembuatan Video Sinematik Sebagai Media Promosi Dan Sosialisasi Arsitektur Pariwisata Di Kasuari Resort Magelang

Yusuf Wahyu Setiya Putra<sup>1\*</sup>, Mira Fitriana<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sistem Informasi, STMIK Bina Patria  
Jl. Raden Saleh No.2, Kota Magelang, Jawa Tengah, Indonesia  
[1\\*yusuf@stmikbinapatria.ac.id](mailto:1*yusuf@stmikbinapatria.ac.id)

<sup>2</sup> Arsitektur, Universitas Mahakarya Asia  
Jl. Magelang No.8, Kabupaten Sleman, Yogyakarta, Indonesia  
[2mira.fitrianaa@gmail.com](mailto:2mira.fitrianaa@gmail.com)

## Abstrak

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberdayakan karyawan Kasuari Resort agar dapat menggunakan smartphone mereka untuk merekam video di lingkungan Kasuari Resort dengan teknik-teknik sinematik yang telah diajarkan. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk mengajarkan karyawan tentang teknik editing video sehingga mereka dapat menghasilkan video sinematik yang menarik dan efektif sebagai alat promosi Kasuari Resort. Metode pelatihan ini melibatkan sesi teori dan praktek, di mana karyawan diperkenalkan dengan konsep dasar pembuatan video sinematik dan kemudian menerapkannya dalam pengambilan gambar di lokasi resort. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan keterampilan karyawan dalam merekam video dengan kualitas sinematik dan mengeditnya menjadi video promosi yang menarik. Video yang dihasilkan dari pelatihan ini kemudian digunakan untuk memperkuat kampanye promosi Kasuari Resort, baik melalui situs web, media sosial, maupun iklan daring. Dengan meningkatnya kualitas video promosi, diharapkan daya tarik Kasuari Resort sebagai destinasi liburan akan semakin meningkat.

Kata Kunci: Pelatihan, Video Sinematik, Media Promosi, Smartphone, Editing Video.

## Abstract

*The aim of this training is to empower Kasuari Resort employees to be able to use their smartphones to record videos in the Kasuari Resort environment using the cinematic techniques that have been taught. Apart from that, this training also aims to teach employees about video editing techniques so that they can produce attractive and effective cinematic videos as a promotional tool for Kasuari Resort. This training method involves theoretical and practical sessions, where employees are introduced to the basic concepts of cinematic video creation and then apply them in shooting at resort locations. The results of this training have shown an increase in employee skills in recording cinematic quality videos and editing them into attractive promotional videos. The videos produced from this training are then used to strengthen Kasuari Resort's promotional campaign, both through websites, social media and online advertising. By increasing the quality of promotional videos, it is hoped that the attractiveness of Kasuari Resort as a holiday destination will increase.*

*Keyword: Training, Cinematic Video, Media Promotion, Smartphone, Video Editing.*

## I. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu bentuk pelaksanaan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, STMIK Bina Patria menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema Pelatihan Pembuatan Video Sinematik sebagai Media Promosi di Kasuari Resort Magelang. Karena masih ada Staff yang kesulitan dalam pembuatan media video sinematik sebagai promosi yang di karenakan keterbatasan pendidikan juga terbatasnya waktu, informasi sains teknologi dan prasarana.

Berdasarkan hasil pengamatan, dan wawancara didapatkan bahwa masih banyaknya staff yang belum mengerti bagaimana membuat video sinematik untuk promosi dan juga dikarenakan adanya pandemi covid 19 yang masih berlangsung ini merupakan tantangan tersendiri untuk Staff di Kasuari Resort, sehingga dosen-dosen STMIK Bina Patria merasa tergugah untuk membantu memecahkan masalah yang terjadi di atas.

Video Sinematik adalah mengambil gambar sesuai dengan kaidah film untuk bioskop. Coba perhatikan bila kita menyaksikan film yang diputar di bioskop nyaris tidak ada gambar (shot) yang kurang bagus, semua indah enak diliha (Kolang et al., n.d.). Workshop ini bertujuan agar staff dapat membuat video sinematik menggunakan smartphone dengan mudah dan sebagai sarana promosi digital.

Dalam workshop ini diharapkan target kognitif yang dicapai adalah peserta workshop dapat menjelaskan pengambilan video, membuat layout dan melakukan

editing video dengan menggunakan aplikasi yang ada di smartphone (Santri et al., n.d.).

Dalam era digital dan industri pariwisata yang semakin berkembang, media promosi berperan penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata. Diantara berbagai media promosi, video sinematik menjadi salah satu yang paling efektif dalam menarik perhatian calon pengunjung dengan menghadirkan pengalaman visual yang mendalam (Mahendra Pratama & Ariffudin Islam, 2022). Kasuari Resort Magelang, sebagai destinasi liburan populer di Indonesia, juga menyadari pentingnya memanfaatkan teknologi dan kreativitas untuk meningkatkan daya tariknya.

Pengabdian ini bertujuan untuk membahas tentang pelatihan pembuatan video sinematik sebagai media promosi di Kasuari Resort Magelang. Dalam pelatihan ini, karyawan Kasuari Resort akan dididik untuk menggunakan teknik sinematik dalam merekam video dan mengeditnya agar dapat menghasilkan video promosi yang menarik dan berkualitas tinggi (Bagus Kurniawan et al., n.d.). Diharapkan melalui pelatihan ini, karyawan akan menjadi sumber daya internal yang dapat menghasilkan video promosi berkualitas tinggi untuk memperkuat citra dan daya tarik resort (Kusumah Mardani et al., 2022). Berikut ini adalah beberapa kutipan dari artikel-artikel sejenis yang mendukung pentingnya penggunaan video sinematik sebagai media promosi:

Video sinematik telah terbukti menjadi alat yang ampuh dalam mempromosikan destinasi wisata dengan cara yang menarik dan memikat. Penggunaan teknik-teknik sinematik dapat meningkatkan kualitas video promosi dan menghadirkan pengalaman yang lebih mendalam bagi calon pengunjung (Riyanto1 et al., n.d.).

Pelatihan karyawan dalam pembuatan video sinematik merupakan langkah penting dalam meningkatkan kreativitas dan kualitas konten promosi internal suatu resor. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, karyawan dapat menjadi duta resor yang efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan destinasi kepada calon pengunjung (Fajar Zulfahri et al., 2022).

Resor yang mengadopsi video sinematik sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka cenderung menarik perhatian calon pengunjung lebih baik daripada resor yang hanya mengandalkan teks dan foto statis. Video sinematik dapat memberikan pengalaman lebih mendalam dan membuat calon pengunjung merasa tertarik untuk mengunjungi resor tersebut (Kuntoro Priyambodo et al., 2022).

Kualitas video promosi memiliki dampak signifikan pada citra dan persepsi destinasi wisata. Video sinematik, dengan penggunaan komposisi visual yang artistik dan gerakan kamera yang dinamis, dapat memberikan kesan eksklusivitas dan keindahan destinasi, sehingga meningkatkan minat calon pengunjung

untuk mengunjungi tempat tersebut (Sj et al., n.d.).

Penggunaan smartphone sebagai alat pembuatan video semakin umum di kalangan wisatawan dan pemasar. Pelatihan karyawan dalam menggunakan teknologi ini secara kreatif dan efektif akan memberikan manfaat besar bagi resor dalam meningkatkan daya saing dan daya tariknya di pasar pariwisata yang kompetitif (Ladistin et al., 2022).

Semua kutipan tersebut menyatakan pentingnya penggunaan video sinematik sebagai alat promosi destinasi wisata dan keuntungan pelatihan karyawan dalam menghasilkan konten video berkualitas tinggi. Melalui artikel ini, diharapkan Kasuari Resort Magelang dapat memanfaatkan potensi kreativitas karyawan mereka dan meningkatkan keefektifan kampanye promosi untuk mendukung pertumbuhan pariwisata lokal.

## II. METODE

Metode dan Tahapan Pelatihan Pembuatan Video Sinematik sebagai Media Promosi di Kasuari Resort Magelang akan dijelaskan pada bagian ini.

Untuk yang pertama adalah metode pelaksanaannya. Pelatihan pembuatan video sinematik akan menggunakan kombinasi metode teori dan praktek untuk memastikan peserta memahami konsep dan dapat mengaplikasikannya dalam pembuatan video promosi (Mardiyati, 2018). Dalam satu hari pelatihan, peserta

akan diberikan paparan materi dan contoh-contoh video sinematik inspiratif oleh pemateri 1, Yusuf Wahyu Setiwa Putra, S.Kom., M.Kom., dengan judul materi "Cinematic Video for Promotional Media". Setelah paparan materi, peserta akan melakukan praktek langsung dalam pengambilan video dan editing video dengan bimbingan dari pemateri dan asisten.

Metode teori dalam pelatihan ini adalah bagian dari pendekatan pembelajaran yang bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual tentang pembuatan video sinematik. Pada tahap metode teori, peserta akan mendapatkan penjelasan dari pemateri tentang konsep dasar video sinematik, teknik-teknik sinematik, dan elemen penting dalam menciptakan video promosi yang menarik. Pemateri akan menggunakan contoh-contoh video inspiratif dan ilustrasi visual untuk membantu peserta memahami konsep-konsep tersebut dengan lebih baik. Dalam metode teori, peserta juga berkesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi untuk memperjelas pemahaman mereka tentang materi.

Yang kedua Metode praktek adalah tahapan pelatihan di mana peserta akan melakukan tindakan nyata dalam mengaplikasikan konsep dan teknik yang telah dipelajari dalam pembuatan video sinematik. Pada tahap metode praktek, peserta akan melakukan pengambilan video secara langsung di berbagai lokasi di Kasuari Resort Magelang. Mereka akan

diberikan kesempatan untuk menggunakan smartphone mereka dengan teknik-teknik sinematik yang telah diajarkan untuk merekam footage yang menarik dan efektif. Dalam kegiatan praktek, peserta akan diarahkan dan mendapatkan panduan dari pemateri dan asisten untuk meningkatkan kualitas video yang dihasilkan.

Selain praktek pengambilan video, peserta juga akan dilibatkan dalam kegiatan editing video. Setelah selesai pengambilan video, peserta akan diberikan panduan tentang penggunaan perangkat lunak editing video. Dalam metode praktek editing, peserta akan mengolah dan menyunting footage yang telah mereka ambil sebelumnya. Pemateri dan asisten akan memberikan bimbingan dan tips untuk menciptakan video sinematik yang menggambarkan Kasuari Resort dengan indah dan menarik.

Kombinasi dari metode teori dan metode praktek dalam pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pendekatan pembelajaran yang holistik (Anjani & Wijaya, 2019). Peserta tidak hanya akan memahami konsep video sinematik secara teoritis tetapi juga dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam pengambilan dan penyuntingan video. Dengan demikian, peserta diharapkan dapat menguasai keterampilan dalam pembuatan video sinematik yang dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas media promosi bagi Kasuari Resort Magelang.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan Pembuatan Video Sinematik sebagai Media Promosi di Kasuari Resort Magelang ini adalah kolaborasi antara STMIK Bina Patria Magelang dan Universitas Mahakarya Asia. Menggabungkan antara ilmu multimedia dan arsitektur yang diimplementasikan pada Kasuari Resort Magelang. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 14 Desember 2022, pukul 10.00 - 16.00. Kemudian untuk Tahapan Pelatihan akan dijelaskan runtut sesuai *rundown* acara sebagai berikut :

1. Tahap 1 (Jam 10.00 - 11.30): Paparan Materi oleh Pemateri 1. Pemateri 1 akan memperkenalkan konsep dasar video sinematik dan teknik-teknik yang digunakan dalam pembuatan video promosi. Materi akan mencakup komposisi visual, pengaturan pencahayaan, gerakan kamera, dan penggunaan efek khusus untuk menciptakan pengalaman sinematik yang menarik.
2. Tahap 2 (Jam 11.30 - 13.00): Praktek Pengambilan Video. Peserta akan dibagi menjadi kelompok kecil dan akan melakukan praktek langsung dalam pengambilan video di beberapa lokasi di Kasuari Resort. Pemateri 1 akan memberikan arahan dan masukan untuk membantu peserta dalam mengaplikasikan teknik-teknik sinematik yang telah dipelajari sebelumnya.
3. Tahap 3 (Jam 13.00 - 14.00): Istirahat Makan Siang.
4. Tahap 4 (Jam 14.00 - 15.30): Paparan Materi oleh Pemateri 2. Pemateri 2, Mira Fitriana, S.Ars., M.Ars., akan memberikan paparan materi dengan judul materi "Arsitektur Pariwisata". Materi ini akan membahas tentang pentingnya arsitektur dalam menciptakan daya tarik destinasi pariwisata, termasuk bagaimana mengintegrasikan arsitektur yang menarik dalam video promosi.
5. Tahap 5 (Jam 15.30 - 16.00): Praktek Editing Video. Setelah selesai pengambilan video, peserta akan memasuki tahap editing. Mereka akan diberikan panduan dalam menggunakan perangkat lunak editing video untuk mengolah footage yang telah mereka ambil sebelumnya. Pemateri dan asisten akan memberikan bimbingan dan tips untuk menciptakan video sinematik yang menggambarkan Kasuari Resort dengan indah dan menarik.

Untuk pembahasan detail dari materi 1 akan dijelaskan sebagai berikut. Materi 1 dengan judul "*Cinematic video for promotional media*" ini dimulai dengan menjelaskan tentang Definisi, Alur Pembuatan, Teknik Pengambilan Video dan Aplikasi Editing.



Gambar 1. Pemaparan Materi 1.

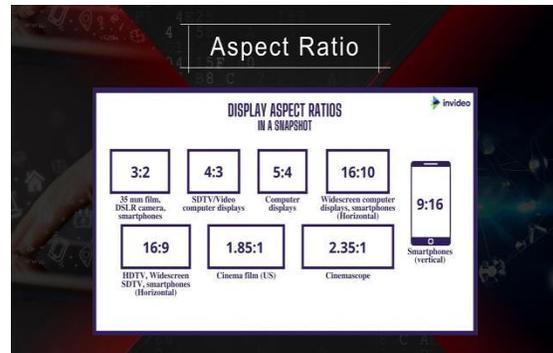
Pada materi 1 ini diharapkan karyawan Kasuari Resort dapat memahami konsep dasar dari video dan khususnya video sinematik. Pada materi alur pembuatan video dijelaskan tahapan yang harus dilakukan untuk pembuatan video mulai dari tahap pra-produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi. Tujuannya adalah memantapkan konsep video sinematik yang akan dibuat supaya saat pengambilan *footage* atau video mentah dapat optimal dan sesuai kebutuhan.



Gambar 2. Alur Pembuatan Sinematik.

Dan saat tahap pasca produksi atau proses editing dapat lebih cepat karena pengambilan video mentah sudah sesuai konsep.

Kemduain materi selanjutnya adalah tentang teknik pengambilan video menggunakan gawai / *smartphone*. Pada tahap ini akan dijelaskan terlebih dahulu Aplikasi tambahan yang digunakan untuk memudahkan pengambilan video yaitu aplikasi *Open Camera*, yang dapat diunduh secara gratis di Play Store.



Gambar 3. *Aspect Ratio*.

Lalu dijelaskan tentang *Aspect Ratio* atau ukuran tampilan layar yang digunakan untuk pengambilan video sinematik sesuai dengan kaidah video sinematik yaitu menggunakan rasio layar sebesar 2.35:1.

Dalam materi 1 juga dijelaskan untuk menciptakan video sinematik yang menarik dan profesional, ada beberapa syarat atau aspek yang perlu diperhatikan. Berikut adalah beberapa aspek penting yang bisa membuat video menjadi sinematik:

1. Komposisi Visual: Perhatikan pengaturan frame atau komposisi visual dalam setiap adegan. Gunakan aturan-aturan komposisi seperti "*rule of thirds*" atau "*leading lines*" untuk

menciptakan tata letak yang seimbang dan menarik.

2. **Pencahayaan:** Gunakan pencahayaan yang tepat untuk menciptakan suasana yang diinginkan dalam video. Pertimbangkan penggunaan cahaya alami atau buatan untuk memberikan nuansa yang lebih dramatis dan menarik.
3. **Gerakan Kamera:** Pemanfaatan gerakan kamera yang halus dan kreatif dapat menambah dimensi visual yang menarik dalam video sinematik. Gunakan teknik seperti "panning," "tilting," "dolly," atau "crane shots" untuk memberikan efek sinematik yang menarik.



Gambar 4. Teknik Pengambilan Video.

4. **Depth of Field:** Pengaturan kedalaman bidang atau depth of field dapat membantu memfokuskan perhatian pada objek utama dan menciptakan latar belakang yang lembut, sehingga meningkatkan kualitas sinematik.
5. **Warna dan Grading:** Penggunaan palet warna yang tepat dan proses grading yang profesional dapat menciptakan suasana yang sesuai

dengan cerita atau pesan yang ingin disampaikan dalam video.

6. **Gerakan dan Posisi Subjek:** Pertimbangkan gerakan dan posisi subjek dengan cermat untuk menciptakan efek sinematik yang menarik. Hindari kamera yang statis dan coba gunakan pergerakan atau perubahan posisi untuk menciptakan ketegangan visual.
7. **Pemilihan Musik dan Audio:** Musik dan audio yang sesuai dapat meningkatkan suasana dan mendukung cerita yang diinginkan dalam video sinematik.
8. **Narasi Visual:** Gunakan narasi visual dengan bijaksana, yakni mengkomunikasikan pesan atau cerita melalui gambar dan gerakan daripada hanya mengandalkan kata-kata.
9. **Editing yang Efektif:** Pemilihan adegan yang tepat, perubahan tempo, transisi yang halus, dan penambahan efek visual atau suara yang relevan dapat membuat video terasa lebih dinamis dan menarik.
10. **Menceritakan Cerita:** Paling penting, sebuah video sinematik harus mampu menceritakan cerita atau pesan yang kuat. Gunakan teknik sinematik untuk menambah daya tarik cerita dan membawa audiens dalam pengalaman visual yang mendalam.

Dengan memperhatikan aspek-aspek di atas dan memadukan kreativitas, teknik, dan kecermatan dalam produksi, Anda dapat menciptakan video sinematik yang

menarik dan profesional untuk media promosi, termasuk dalam konteks pelatihan pembuatan video sinematik di Kasuari Resort Magelang.

Kemudian untuk materi 2 dengan judul “Arsitektur Pariwisata” menjelaskan tentang 5 (lima) komponen industri pariwisata yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenity*, *accommodation*, *awarness*.



Gambar 5. Pemaparan Materi 2.

Pada materi 2 ini dibahas komponen pariwisata yang nantinya dapat digunakan untuk Kasuari Resort memngembangkan potensi pariwisatanya dan sebagai panduan bagi karyawan yang akan melakukan pengambilan video sinematik sesuai kebutuhan, maka karya arsitektur berkontribusi untuk 3 komponen yaitu *Attraction*: menghadirkan destinasi wisata buatan dalam wujud kawasan/bangunan ikonik, *Amenity*: bangunan restoran, cafe, pusat informasi pariwisata, museum dan *accommodation*: bangunan hotel, *resort*, *home stay*.



Gambar 6. Komponen Pariwisata.

Berikut adalah penjelasan mengenai komponen pariwisata *attraction*, *accessibility*, dan *amenity* pada Kasuari Resort Magelang:

1. *Attraction* (Daya Tarik): *Attraction* atau daya tarik adalah elemen utama yang menarik calon wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Kasuari Resort Magelang memiliki sejumlah daya tarik yang membuatnya menarik bagi wisatawan. Beberapa contoh daya tarik dari resort ini mungkin meliputi:
  - a. Keindahan alam: Lokasi resort yang terletak di daerah pegunungan memberikan pemandangan alam yang menakjubkan, seperti gunung, lembah, dan hamparan hijau.
  - b. Fasilitas rekreasi: Kasuari Resort mungkin menawarkan fasilitas rekreasi seperti kolam renang, taman bermain, hiking, atau olahraga outdoor lainnya.
  - c. Budaya lokal: Jika resort terletak di dekat desa atau kawasan dengan budaya khas, adanya acara dan pertunjukan budaya

lokal dapat menjadi daya tarik tambahan.

2. *Accessibility* (Aksesibilitas): Aksesibilitas mengacu pada kemudahan dan ketersediaan sarana transportasi yang dapat membawa wisatawan menuju destinasi. Kasuari Resort Magelang harus dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Upaya untuk meningkatkan aksesibilitas dapat mencakup:
  - a. Akses jalan: Memastikan adanya jalan yang baik dan layak menuju resort serta tanda-tanda petunjuk yang jelas.
  - b. Akses transportasi: Menyediakan informasi transportasi publik atau layanan transfer dari bandara atau stasiun kereta terdekat.
  - c. Aksesibilitas bagi penyandang disabilitas: Menghadirkan fasilitas yang ramah penyandang disabilitas agar semua wisatawan dapat menikmati pengalaman di resort.
3. *Amenity* (Fasilitas): Amenity merujuk pada fasilitas dan pelayanan yang disediakan di resort untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama menginap. Peningkatan fasilitas dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan daya tarik Kasuari Resort sebagai destinasi pariwisata.

Contoh fasilitas dan pelayanan amenity di resort ini mungkin meliputi:

- a. Akomodasi: Kamar yang nyaman dan bersih dengan pilihan tipe kamar yang beragam.
- b. Restoran dan tempat makan: Menyediakan berbagai pilihan hidangan dan makanan yang lezat bagi para tamu.
- c. Spa dan pusat kebugaran: Menawarkan fasilitas spa, sauna, kolam renang, atau pusat kebugaran untuk relaksasi dan kesehatan tamu.
- d. Wi-Fi dan akses internet: Menyediakan koneksi internet yang cepat dan andal untuk memenuhi kebutuhan digital tamu.

Dengan memperhatikan dan memperbaiki ketiga komponen ini, yaitu attraction, accessibility, dan amenity, Kasuari Resort Magelang dapat meningkatkan daya tarik dan popularitasnya sebagai destinasi wisata yang menarik dan layak dikunjungi.

Tahapan-tahapan di atas, diharapkan peserta pelatihan akan memiliki pemahaman yang baik tentang teknik pembuatan video sinematik dan dapat menghasilkan video promosi yang efektif untuk mempromosikan Kasuari Resort Magelang. Pelatihan ini juga diharapkan dapat meningkatkan keterampilan karyawan dalam memanfaatkan teknologi

modern untuk mendukung kegiatan promosi dan pemasaran resort.

#### **IV. PENUTUP**

Pelatihan Pembuatan Video Sinematik sebagai Media Promosi di Kasuari Resort Magelang menggunakan smartphone telah memberikan manfaat besar bagi karyawan resort dan potensi pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Dalam pelatihan ini, karyawan Kasuari Resort diajarkan tentang teknik-teknik sinematik, pengambilan video yang efektif, dan editing video menggunakan smartphone. Dengan pengetahuan baru ini, mereka dapat menghasilkan video promosi yang menarik dan berkualitas tinggi untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi Kasuari Resort Magelang kepada calon pengunjung. Kesimpulan utama dari pelatihan ini adalah:

1. Peningkatan Keterampilan Karyawan: Pelatihan ini telah meningkatkan keterampilan karyawan Kasuari Resort dalam pembuatan video sinematik. Mereka sekarang mampu menggunakan teknik-teknik sinematik, komposisi visual yang menarik, dan editing video dengan kreatifitas yang lebih baik.
2. Kemandirian dalam Pembuatan Video: Karyawan yang telah dilatih dapat menggunakan smartphone mereka untuk merekam video berkualitas tinggi di lingkungan resort. Hal ini mengurangi ketergantungan pada pihak eksternal dalam pembuatan

video promosi, sehingga menghemat biaya dan waktu.

3. Daya Tarik Media Promosi yang Lebih Tinggi: Video sinematik yang dihasilkan dari pelatihan ini memiliki daya tarik yang lebih tinggi daripada konten promosi lainnya. Dengan sentuhan artistik dan penggunaan teknik-teknik sinematik, video promosi dapat memberikan pengalaman visual yang mendalam bagi calon pengunjung.
4. Dukungan Pengembangan Pariwisata: Video sinematik yang dibuat oleh karyawan Kasuari Resort dapat mendukung upaya promosi dan pemasaran resort. Hal ini berpotensi menarik lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi Kasuari Resort Magelang, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif pada pengembangan pariwisata lokal.

Dengan hasil pelatihan yang positif ini, diharapkan Kasuari Resort Magelang dapat terus berinovasi dalam pemasaran dan promosi mereka dengan menghasilkan video sinematik berkualitas tinggi. Penggunaan smartphone sebagai alat pembuatan video memberikan fleksibilitas dan aksesibilitas yang lebih besar, sehingga karyawan dapat secara efisien menciptakan konten promosi yang menarik. Semakin meningkatnya kualitas media promosi diharapkan dapat menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan kunjungan, dan mendukung pertumbuhan

pariwisata secara keseluruhan di Kasuari Resort Magelang.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kasuari Resort Magelang, STMIK Bina Patria Magelang dan Universitas Mahakarya Asia yang telah memberikan fasilitas untuk melaksanakan kegiatan tri dharma yaitu pengabdian kepada masyarakat. Dan tidak lupa ucapan terima kasih kami sampaikan untuk karyawan Kasuari Resort yang telah berperan aktif dalam kegiatan pelatihan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Kurniawan, I., Gede Deddy Rahmat, I., Wayan Ruspindi Junaedi, I., Dhyana Pura Jalan Raya Padang Luwih Tegaljaya, U., & Utara, K. (n.d.). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN CHSE PADA ELRICO VILLA TRAINING AND MENTORING DIGITAL MARKETING, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND CHSE IN ELRICO VILLA I Made Dwi Wira Ardana. In *Abdimas Galuh* (Vol. 5, Issue 1).
- Fajar Zulfahri, A., Agung Wibowo, D., Robert Sirait, J., Wahyu Sholeha, E., Teknologi Informasi, J., Negeri Tanah Laut Jalan Yani KM, P. A., Panggung, D., & Selatan, K. (2022). SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PENJUALAN PADA UMKM DI DESA BUMI JAYA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 53(2). <http://mediteg.politala.ac.id/index.php/mediteg>
- Komang, I., Ariana, A., & Julianti, N. P. (n.d.). *Abdimas Galuh BRANDING PARIWISATA MELALUI VIDEO SINEMATIK SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA BABAHAN TOURISM BRANDING THROUGH CINEMATIC VIDEOS AS A MEANS OF PROMOTION AND INCREASING THE COMMUNITY'S ECONOMY IN BABAHAN VILLAGE*.
- Kuntoro Priyambodo, T., Damanik, J., Anggi Akbar, R., Widiastuti, R., Doktor Kajian Budaya dan Media, P., Pascasarjana, S., Gadjah Mada, U., Pariwisata, K., & Studi Pariwisata, P. (2022). PELATIHAN PROMOSI DIGITAL DESA WISATA KERAJINAN BAMBUS KARANGASEM, KEC. DLINGO, KAB. BANTUL, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. In *Jurnal Widya Laksana* (Vol. 11, Issue 2).
- Kusumah Mardani, M., Khusni Albar, M., Perbankan Syariah, P., Saifuddin Zuhri Purwokerto, U. K., Pendidikan Agama Islam, P., Saifuddin Zuhri Purwokerto Jl A Yani No, U. K., Purwokerto, -a, & Tengah, J. (2022). Pelatihan Pembuatan Video Profil Dalam Promosi Wisata Taman Dana Raja di Desa Sepatnunggal. In *Jurnal Abdimas PHB* (Vol. 5, Issue 2).

Ladistin, R., Erwin, T. H., & Septyandi, C. B. (2022). *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.

Mahendra Pratama, A., & Ariffudin Islam, M. (2022). PERANCANGAN VIDEO CINEMATIC MENAMPILKAN KEUNIKAN DESTINASI PARIWISATA BUKIT BRAKSENG KOTA BATU. *Jurnal Barik*, 4(1), 233–245. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

Riyanto1, S., Kartikasari2, W., & Munfarih, Z. (n.d.). *Pelatihan Inovasi Promosi Desa Wisata Kelor Pemanfaatan Media Digital*. <https://doi.org/10.18196/ppm.54.948>

Santri, B., Al Lathifiyyah, P. P., Firmansyah, K., & Kamal, M. M. (n.d.). *Pelatihan Editing Video (Videografi) Menggunakan Aplikasi Smartphone* (Vol. 1, Issue 1).

Sj, N. A., Fadilah, E., & Basith, A. A. (n.d.). *PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI PARIWISATA DAN POTENSI KEARIFAN LOKAL DI PANTAI SAYANG HEUALANG KAB. GARUT*. <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung->

### **Mira Fitriana, S.Ars., M.Ars.**



Lahir di Semarang, 24 Maret 1995. Staf pengajar di Universitas Mahakarya Asia. Studi S1 Arsitektur Universitas Soegijapranata, Semarang, lulus tahun 2017; S2 Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro, Semarang, lulus tahun 2019.

### **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

#### **Yusuf Wahyu Setiya Putra, S.Kom., M.Kom.**



Lahir di Magelang, 2 Mei 1994. Staf pengajar di STMIK Bina Patria Magelang. Studi S1 Sistem Informasi STMIK Amikom, Yogyakarta, lulus tahun 2015; S2 Teknik Informatika Universitas Amikom, Yogyakarta, lulus tahun 2019.