

**PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI FILM DOKUMENTER  
PADA WISATA KULINER TERAPUNG 16 ILIR PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**oleh**

**Dicky Ariansyah**

**NIM: 06151282126054**

**Program Studi Pendidikan Masyarakat**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

**PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI FILM DOKUMENTER  
PADA WISATA KULINER TERAPUNG 16 ILIR PALEMBANG**

**SKRIPSI**

oleh

**Dicky Ariansyah**

**NIM: 06151282126054**

**Program Studi Pendidikan Masyarakat**

**Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Akhir Program Sarjana**

**Mengetahui:**

**Koordinator Program Studi**



**Shomedran, S.Pd., M.Pd**

**NIP. 198805162019031010**

**Pembimbing**



**Mega Nurrizalia, S.Pd., M.Pd**

**NIP. 199103272019032021**

**PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI FILM DOKUMENTER  
PADA WISATA KULINER TERAPUNG 16 ILIR PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Dicky Ariansyah**

**NIM: 06151282126054**

**Program Studi Pendidikan Masyarakat**

**Telah diujikan lulus pada:**

**Hari: Selasa**

**Tanggal: 18 Maret 2025**

**PENGUJI**

**1. Mega Nurrizalia, S.Pd., M.Pd**



---

**2. Shomedran, S.Pd., M.Pd**



---

**Koordinator Program Studi,**



**Shomedran, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198805162019031010**

**PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI FILM DOKUMENTER  
PADA WISATA KULINER TERAPUNG 16 ILIR PALEMBANG**

**SKRIPSI**

oleh

**Dicky Ariansyah**

**NIM: 06151282126054**

**Program Studi Pendidikan Masyarakat**

**Mengesahkan:**

**Koordinator Program Studi**



**Shomedran, S.Pd., M.Pd**  
**NIP. 198805162019031010**

**Pembimbing**



**Mega Nurrizalia, S.Pd., M.Pd**  
**NIP. 199103272019032021**



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dicky Ariansyah

NIM : 06151282126054

Program Studi : Pendidikan Masyarakat

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Pengembangan Media Promosi Film Dokumenter pada Wisata Kuliner Terapung 16 Ilir Palembang”** ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam keaslian karya ini, dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



Dicky Ariansyah

NIM. 06151282126054

## PRAKATA

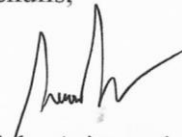
Skripsi dengan judul “**Pengembangan Media Promosi Film Dokumenter pada Wisata Kuliner Terapung 16 Ilir Palembang**” disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Pendidikan Masyarakat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya. Dalam mewujudkan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dian Sri Andriani, S.Pd., M.Sc. dan Ibu Mega Nurrisalia, M.Pd. sebagai pembimbing atas segala bimbingan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hartono, M.A., selaku Dekan FKIP Unsri, Ibu Prof. Dr. Sri Sumarni, M.Pd., selaku ketua jurusan ilmu pendidikan, Bapak Shomedran, M.Pd. selaku koordinator program studi Pendidikan Masyarakat yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih kepada Bapak Shomedran, M.Pd. selaku penguji yang telah memberikan sejumlah saran untuk perbaikan skripsi ini. Lebih lanjut penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua, kakak dan sahabat yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama penulis mengikuti pendidikan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk program studi Pendidikan Masyarakat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.

Indralaya, Maret 2025

Penulis,



Dicky Ariansyah

NIM. 06151282126054

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliah menuju zaman terang benderang seperti saat ini.

Pada kesempatan ini, secara khusus penulis dengan setulus hati mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, dukungan, serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan Strata Satu (S1) ini, terutama kepada :

1. Terima kasih kepada Bapak Dr. Hartono, M.A selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Sumarni, M.Pd selaku Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Shomedran, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Masyarakat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya sekaligus dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran untuk perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dian Sri Andriani, S.Pd., M.Sc., dan Ibu Mega Nurrizalia, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pembimbing yang terbaik.
5. Bapak/Ibu dosen Program Studi Pendidikan Masyarakat Ibu Dr. Azizah Husin, M.Pd., Bapak Shomedran, S.Pd., M.Pd., Ibu Dian Sri Andriani, S.Pd., M.Sc., Ibu Mega Nurrizalia, S.Pd., M.Pd., Bapak Ardi Saputra, S.Pd., M.Sc., Ibu Dr. Henny Helmi, S.Pd.I., M.Pd., Ibu Yanti Karmila Nengsih, M.Pd., Ibu Dwi Septiyanda, S.Pd., M.Ed., terima kasih atas ilmu, pengalaman serta kesabaran yang bapak/ibu berikan kepada penulis.
6. Kepada ayahku, Bapak Januarianto. Beliau selalu memberikan motivasi, do'a, dan semangat tiada henti kepada penulis. Terima kasih untuk segala

hal yang diusahakan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga sarjana. Semoga sehat selalu dan panjang umur. Ibuku, Ibu Sriyanti. Beliau tidak pernah berhenti mendoakan penulis, maka bila skripsi ini selesai itu semua karena do'a beliau yang tidak pernah terhenti.

7. Kakak tersayang, Fitri Arianti Vionita dan Dimas Yulianto. Terima kasih telah memberikan do'a, semangat, dan arahan selama penulis menjalani perkuliahan. Seluruh keluarga besar yang juga selalu mendoakan agar proses penulisan ini berjalan dengan lancar dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Kepada pihak pengelola wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang terima kasih penulis ucapkan telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada (Terpeleset 2021) terima kasih sudah membersamai sejak awal sampai akhir. Jangan lupa untuk tetap saling mengingat satu sama lain.
10. Teman-teman satu Angkatan Prodi Pendidikan Masyarakat 2021, terima kasih sudah mewarnai dunia perkuliahan penulis.
11. Rani Hasanah yang senantiasa memberikan bantuan dari segi waktu, dan dukungan. Terima kasih selalu menemani setiap proses penulisan ini hingga selesai.

**Motto “*Berbuat baiklah tanpa sebab*”**



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2    Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1    Pariwisata .....	8
2.1.1    Pengertian Pariwisata .....	8
2.1.2    Tujuan Pariwisata .....	9
2.1.3    Manfaat Pariwisata .....	9
2.1.4    Jenis-jenis Wisata.....	10
2.1.5    Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata.....	11
2.2    Wisata Kuliner Terapung.....	12
2.2.1    Definisi Wisata Kuliner Terapung.....	12
2.2.2    Fungsi Wisata Kuliner Terapung.....	13
2.3    Media Promosi Film Dokumenter.....	14
2.3.1    Pengertian Media Promosi .....	14
2.3.2    Bentuk-bentuk Media Promosi .....	14
2.3.3    Tujuan Media Promosi .....	15
2.3.4    Film Dokumenter .....	15
2.3.5    Kelebihan dan Kekurangan Film Dokumenter .....	16
2.3.6    Efektivitas Film Dokumenter sebagai Media Promosi.....	16
2.4    Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1    Desain Penelitian.....	24
3.2    Fokus Penelitian.....	25
3.3    Subjek dan Lokasi Penelitian.....	26
3.4    Jenis Data .....	26
3.4.1    Data Primer .....	26
3.4.2    Data Sekunder .....	26
3.5    Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6    Prosedur Penelitian Pengembangan .....	28
3.6.1    Pengumpulan Data Awal .....	28
3.6.2    Pengembangan Produk.....	29
3.6.3    Validasi Ahli Bahasa, Ahli Media, dan Ahli Materi.....	34
3.6.4    Revisi Produk.....	36
3.6.5    Uji Coba Produk.....	36
3.6.6    Revisi Akhir .....	37
3.7    Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1    Profil Wisata Kuliner Terapung 16 Ilir.....	41
4.2    Hasil Penelitian .....	43
4.2.1    Pengumpulan Data Awal .....	43
4.2.2    Pengembangan Produk.....	45
4.2.3    Validasi Ahli .....	50
4.2.4    Revisi Awal .....	53
4.2.5    Uji Coba Produk.....	56
4.2.6    Revisi Akhir .....	59
4.3    Pembahasan.....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1    Simpulan .....	70
5.2    Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	21
Tabel 3.1 Instrumen Analisis Kebutuhan Media Film Dokumenter .....	29
Tabel 3.2 Storyboard Film Dokumenter.....	33
Tabel 3.3 Kisi-kisi Validasi untuk Ahli Bahasa.....	34
Tabel 3.4 Kisi-kisi Ahli Media .....	35
Tabel 3.5 Kisi-kisi Validasi Ahli Materi.....	35
Tabel 3.6 Kisi-kisi Angket <i>One to One</i> dan <i>Small Group</i> .....	37
Tabel 3.7 Klasifikasi Penilaian Skala <i>Likert</i> .....	38
Tabel 3.8 Penghitungan Skor Jawaban.....	39
Tabel 3.9 Kriteria Kevalidan Media.....	39
Tabel 3.10 Kriteria Kepraktisan Media.....	40
Tabel 4.1 Instrumen Analisis Kebutuhan Film Dokumenter.....	43
Tabel 4.2 Hasil Validasi Ahli Materi .....	50
Tabel 4.3 Hasil Validasi Ahli Bahasa .....	51
Tabel 4.4 Hasil Validasi Ahli Media.....	52
Tabel 4.5 Rata-rata Persentase Validasi Ahli.....	53
Tabel 4.6 Revisi Awal.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Coba <i>One To One</i> .....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Coba <i>Small Group</i> .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Langkah-langkah Penggunaan Metode Research and Development (R&D) .....	25
Gambar 3.2 Storyboard Produk Film Dokumenter .....	32
Gambar 4.1 Grafik Analisis Kebutuhan Film Dokumenter .....	45
Gambar 4.2 Tampilan Awal Video Dokumenter Singkat Tahun 2022 .....	46
Gambar 4.3 Tampilan Kondisi Jalan Menuju Wisata Kuliner Terapung .....	47
Gambar 4.4 Tampilan Objek Wisata .....	47
Gambar 4.5 Tampilan Pasar Pempek 16 Ilir Palembang.....	48
Gambar 4.6 Tampilan Pangkalan Ketek/Perahu di Sekitar Wisata Kuliner.....	48
Gambar 4.7 Tampilan Persuasif .....	49
Gambar 4.8 Penutup Berupa Ucapan Terimakasih .....	49
Gambar 4.9 Grafik Hasil Uji Coba <i>One to One</i> dan <i>Small Group</i> .....	58
Gambar 4.10 Pembukaan Video.....	59
Gambar 4.11 Lokasi Menuju Wisata Kuliner Terapung.....	60
Gambar 4.12 Wisata Kuliner Terapung.....	60
Gambar 4.13 Menu Makanan.....	61
Gambar 4.14 Fasilitas.....	62
Gambar 4.15 Toilet.....	62
Gambar 4.16 Pengunjung.....	63
Gambar 4.17 Pasar Pempek .....	64
Gambar 4.18 Pangkalan Ketek/Perahu .....	64
Gambar 4.19 Terimakasih .....	65

## ABSTRAK

Penelitian pengembangan ini bertujuan untuk menghasilkan video yang valid dan praktis sebagai media promosi wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang. Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan mengacu pada model pengembangan Borg and Gall. Dari sepuluh tahapan dalam model tersebut, peneliti hanya menerapkan enam tahapan, yaitu pengumpulan data awal, pengembangan produk, validasi ahli, revisi awal, uji coba produk dan revisi akhir. Pemilihan tahapan ini memastikan proses yang sistematis dan terstruktur dalam menghasilkan film dokumenter yang relevan dan efektif sebagai media promosi. Kevalidan dan kepraktisan media dinilai oleh tiga validator ahli, yaitu ahli materi, ahli bahasa, dan ahli media. Implementasi media video promosi berupa film dokumenter dilakukan melalui dua tahap, yaitu uji coba *one to one* dan uji coba *small group*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media video promosi wisata memiliki tingkat kevalidan berdasarkan penilaian tiga ahli dengan rata-rata persentase sebesar 92,59%, yang termasuk dalam kategori sangat valid. Adapun skor kepraktisan pada tahap *one to one* mencapai 95% dengan kategori sangat praktis, sedangkan pada tahap *small group* memperoleh skor 96,36% dengan kategori sangat praktis. Sehingga, film dokumenter ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi wisata kuliner terapung, baik secara daring melalui media sosial maupun secara langsung dalam berbagai kegiatan komunitas dan event pariwisata.

**Kata kunci:** Film Dokumenter, Media Promosi, Wisata Kuliner Terapung

### **ABSTRACT**

*This development research aims to produce a valid and practical video as a promotional media for the 16 Ilir Palembang floating culinary tourism. This study uses the Research and Development (R&D) method with reference to the Borg and Gall development model. Of the ten stages in the model, the researcher only applies six stages, namely initial data collection, product development, expert validation, initial revision, product trial and final revision. The selection of these stages ensures a systematic and structured process in producing relevant and effective documentary films as promotional media. The validity and practicality of the media are assessed by three expert validators, namely material experts, language experts, and media experts. The implementation of promotional video media in the form of documentary films is carried out through two stages, namely one-to-one trials and small group trials. The results of the study showed that the tourism promotional video media has a level of validity based on the assessment of three experts with an average percentage of 92.59%, which is included in the very valid category. The practicality score at the one-to-one stage reached 95% with a very practical category, while at the small group stage it obtained a score of 96.36% with a very practical category. Thus, this documentary can be used as a promotional medium for floating culinary tourism, both online through social media and directly in various community activities and tourism events.*

**Keywords:** *Documentary Film, Promotional Media, Floating Culinary Tour*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai Negara kepulauan dengan keindahan alam dan budaya yang melimpah, Indonesia mempunyai berbagai macam destinasi wisata menarik. Keberagaman inilah yang membuat wisatawan tertarik. Setiap daerah di Indonesia, dari Sabang sampai Merauke menawarkan pengalaman yang unik, mulai dari pegunungan yang menakjubkan, pantai eksotis, hingga situs bersejarah. Wisata kuliner juga jadi salah satu daya tarik utama yang mencerminkan keanekaragaman budaya dan ciri khas di beberapa daerah. Setiap daerah mempunyai makanan khas yang bisa menggugah selera dan menambah pengalaman berwisata. Munculnya tren destinasi yang banyak diperbincangkan di media sosial turut memberikan dampak besar terhadap jumlah pengunjung ke lokasi-lokasi tersebut.

Ketika suatu destinasi menjadi populer, masyarakat cenderung berbondong-bondong untuk mengunjungi lokasi tersebut, baik untuk mendapatkan pengalaman baru maupun untuk berbagi momen di *platform* media sosial. Keberadaan *influencer* dan pengguna media sosial lainnya sangat berperan penting dalam menciptakan lonjakan kunjungan yang signifikan. Keramaian yang terjadi di suatu destinasi sering kali menciptakan suasana yang menggembirakan bagi para pengunjung. Saat ketenaran destinasi di suatu lokasi tersebut mulai mereda, minat masyarakat untuk berkunjung pun menurun drastis. Pergeseran minat ini menunjukkan dinamika dalam pola kunjungan yang perlu dianalisis lebih lanjut untuk memahami interaksi masyarakat dengan tempat wisata dan untuk merumuskan strategi yang efektif dalam menarik minat calon pengunjung.

Peningkatan jumlah kunjungan ke destinasi wisata dapat dilihat dari tren kunjungan yang berubah-ubah, dimana beberapa lokasi yang menarik perhatian lebih banyak pengunjung pada waktu tertentu. Penyebab utama dari fenomena ini adalah dari daya tarik yang dihasilkan oleh promosi dan tren yang berkembang. Ketika pengunjung mulai berkurang, dampaknya dirasakan oleh masyarakat lokal yang mengandalkan pariwisata sebagai sumber penghidupannya. Menemukan

suatu cara untuk mempertahankan jumlah kunjungan dan daya tarik suatu destinasi menjadi hal yang sangat penting untuk keberlanjutan ekonomi daerah tersebut. Evaluasi terhadap strategi yang diterapkan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan bisa memberikan wawasan lebih jelas untuk pengembangan pariwisata yang lebih berkelanjutan di masa yang datang. Salah satu langkah yang bisa diambil adalah memanfaatkan media promosi yang lebih inovatif dan efektif, sehingga mampu menjangkau lebih banyak calon wisatawan serta meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

Media promosi memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra dan menarik minat pengunjung ke destinasi wisata. Era digital saat ini, platform sosial media menjadi sarana yang efektif dalam memperkenalkan berbagai tempat menarik. Beragam konten visual yang menarik dapat memikat perhatian dan minat dari calon pengunjung. Efektivitas promosi juga dapat bergantung pada cara penyampaian dan pesan yang disampaikan kepada calon pengunjung. Penilaian terhadap strategi promosi yang digunakan menjadi krusial untuk menarik lebih banyak calon pengunjung secara konsisten. Efektivitas media promosi dalam menarik pengunjung dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

Menurut Gitosudarmo (dalam Zebua, 2018), promosi merupakan suatu aktivitas kegiatan yang dirancang untuk memengaruhi konsumen agar mengenali dan tertarik pada sesuatu yang ditawarkan. Media promosi awalnya disebarkan secara lisan dari mulut ke mulut, kemudian berkembang melalui berbagai media konvensional seperti katalog, pamflet, booklet, billboard, banner, flyer, reklame, kartu nama, serta iklan di televisi, radio, dan media cetak seperti koran atau majalah (Efrilia & Purba, 2022). Seiring perkembangan teknologi, media promosi semakin berkembang dengan hadirnya promosi digital, khususnya melalui jejaring sosial.

Saat ini, salah satu media promosi yang paling efektif dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas adalah film dokumenter. Promosi melalui film dokumenter memiliki kekuatan untuk mempresentasikan informasinya melalui suara hingga gambar dalam sebuah film dokumenter yang mudah dimengerti oleh penontonnya (Suryanto, 2024). Film dokumenter tersebut bisa disebarluaskan melalui sosial



media berupa *YouTube*, *Instagram* dan *TikTok*. Selain itu, film dokumenter memiliki daya tarik emosional yang dapat membangun koneksi antara penonton dan objek wisata, sehingga mendorong minat untuk berkunjung. Agar dapat meningkatkan efektivitas kinerja media promosi, perlu dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian masa.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Oktaviani & Fatchiya (2019) pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dapat meningkatkan ketertarikan calon pengunjung untuk datang. Promosi dikatakan efektif jika informasi tersampai kepada calon pengunjung. Berdasarkan penelitian di atas didapatkan hasil bahwa penggunaan media film dokumenter sebagai media promosi bisa membantu meningkatkan daya tarik dan pengenalan wisata. Selain itu, film dokumenter sebagai media promosi dapat berperan dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi, baik di bidang promosi maupun sektor lainnya.

Promosi digital memainkan peran penting dalam mendukung wisata berkelanjutan yang sejalan dengan SDGs. Melalui peningkatan kesadaran, pemasaran destinasi dan pelibatan komunitas, promosi digital dapat menarik minat wisatawan. Tantangan seperti *over-tourism* dan pemasaran yang menyesatkan harus diperhatikan. Melalui strategi yang tepat, promosi digital dapat menjadi alat efektif untuk mencapai tujuan keberlanjutan dalam pariwisata. Destinasi wisata di Indonesia tersebar luas di berbagai daerah, masing-masing dengan keunikannya tersendiri. Salah satu daerah dengan potensi wisata yang menarik adalah Kota Palembang, yang terkenal dengan sejarah, budaya, serta wisata kuliner khasnya.

Kota Palembang, sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, memiliki potensi wisata yang tak kalah menarik dengan kota-kota lain (Ranius, 2015). Keadaan topografi Kota Palembang secara umum adalah dataran rendah dan kondisi hidrologi terbelah menjadi dua wilayah utama, yaitu Seberang Ulu dan Seberang Ilir. Selain jembatan Ampera yang menghubungkan dua bagian ini (ulu dan ilir), keadaan tersebut memberikan peluang bagi UMKM dalam menjalankan kegiatan perekonomian. Wilayah Kota Palembang mempunyai salah satu pusat

perekonomian berupa wisata kuliner yang cukup unik yaitu kuliner warung terapung di 16 Ilir Palembang.

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada Wisata Kuliner Terapung 16 Ilir Palembang, warung terapung ini memiliki keunggulan yang dimiliki seperti pengalaman makan yang unik dengan rumah terapung di atas Sungai Musi. Selain itu, pengunjung dapat dengan mudah mengakses berbagai hidangan lokal yang menggugah selera. Suasana yang tenang juga menjadi salah satu daya tarik utama pengunjung. Warung terapung mulai beroperasi sejak 2003, setelah pemerintah mengizinkan masyarakat membuka usaha kuliner di atas perahu yang ditambatkan di tepi sungai, menghidupkan kembali tradisi kuliner terapung yang telah lama ada.

Warung terapung 16 Ilir menyajikan makanan khas Palembang, seperti pempek lenggang dan hidangan laut segar, yang semakin menarik minat wisatawan. Selain berperan sebagai UMKM yang mendukung pertumbuhan ekonomi, warung ini juga menjadi ikon kuliner kota. Berdasarkan informasi dari pengelola warung, data jumlah kunjungan masih terbatas, dengan fluktuasi yang dipengaruhi oleh musim liburan dan event tertentu. Sayangnya, kurangnya promosi efektif dan fasilitas pendukung menghambat optimalisasi potensi wisata ini.

Implementasi program wisata sungai di Palembang, yang berdekatan dengan 16 Ilir, menghadapi berbagai kendala, termasuk kurangnya fasilitas dan promosi yang efektif. Hal ini menunjukkan upaya promosi oleh Pemerintah setempat belum maksimal dalam mengangkat potensi wisata di kawasan tersebut. Selain itu, promosi yang ada masih terbatas pada metode konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal (Anggraini & Astari, 2020).

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan bersama salah satu pengelola warung terapung terhadap kondisi wisata kuliner menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi dalam pengelolaannya. Salah satu tantangan utama adalah ketergantungan terhadap kondisi cuaca, di mana hujan dapat menyebabkan penurunan jumlah pengunjung secara signifikan. Upaya promosi yang dilakukan di wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang juga masih belum maksimal. Selama ini, pemasaran lebih banyak mengandalkan penyebaran informasi secara konvensional melalui rekomendasi dari pengunjung maupun

unggahannya pribadi di media sosial. Minimnya strategi promosi berbasis digital membuat daya tarik destinasi ini masih kurang terekspos secara luas, sehingga potensinya sebagai salah satu ikon wisata kuliner di Palembang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dalam promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung, salah satunya dengan memanfaatkan media video berupa film dokumenter.

Dalam upaya memahami kondisi eksisting terkait promosi wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang, peneliti telah melakukan penelusuran terhadap berbagai sumber informasi yang tersedia secara digital, khususnya melalui platform YouTube dan media sosial lainnya. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa terdapat beberapa video yang telah mengangkat wisata kuliner terapung ini, namun sebagian besar berbentuk video biasa atau vlog yang lebih bersifat pengalaman pribadi para kreator konten. Beberapa contoh video tersebut dapat ditemukan pada kanal YouTube seperti *FHB FOOD*, *BigBee*, *Era Travel Indonesia*, *Sriwijaya TV*, dan *Tribun Sumsel* yang menyajikan video dalam format umum tanpa pendekatan dokumenter yang mendalam. Selain itu, terdapat pula beberapa vlogger seperti *Cerita Dani*, *Kuliner Palembang*, *NamNam 66TV*, dan *Damsyik Channel* yang menampilkan pengalaman mereka dalam menikmati wisata kuliner terapung ini melalui format vlog.

Meskipun video-video tersebut telah memberikan gambaran tentang wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang, namun pendekatan yang digunakan masih terbatas pada aspek visual yang bersifat informatif secara umum atau berbasis pengalaman individu. Video-video tersebut belum sepenuhnya menggali aspek historis, budaya, serta nilai sosial yang melekat pada wisata kuliner terapung sebagai bagian dari warisan budaya lokal. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam bentuk film dokumenter yang tidak hanya menampilkan daya tarik wisata secara visual, tetapi juga memberikan informasi yang lebih komprehensif dan edukatif.

Seseorang lebih senang melihat sesuatu melalui video. Maka dari itu, dengan dibuatnya film dokumenter ini orang akan lebih mudah mengakses dan akan menjadi lebih tertarik untuk berkunjung. Di era globalisasi saat ini ketertarikan seseorang lebih mendominasi pada informasi yang bersifat audio hingga visual

karena informasi tersebut menjadi lebih menghibur dan menarik. Penggunaan film dokumenter sebagai media promosi juga sejalan dengan konsep pendidikan masyarakat. Melalui film dokumenter, masyarakat dapat memperoleh informasi yang akurat dan mendalam mengenai warung terapung 16 Ilir, termasuk sejarah, budaya dan nilai yang terkandung di dalamnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat lokal akan pentingnya melestarikan warisan budaya, tetapi juga memberdayakan mereka dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata daerahnya.

Dalam perspektif pendidikan masyarakat, pengembangan media promosi berupa film dokumenter merupakan bentuk intervensi edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan literasi budaya dan pariwisata masyarakat. Melalui pendekatan ini, diharapkan terjadi peningkatan partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan potensi lokal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial. Selain itu, penggunaan media promosi film dokumenter terbukti efektif dalam menyampaikan pesan dan informasi, karena dapat menjangkau berbagai kalangan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan dalam latar belakang di atas, maka perlu dikembangkan media promosi berupa film dokumenter yang valid dan praktis untuk mendukung promosi wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini yaitu bagaimana mengembangkan media promosi film dokumenter pada wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang yang valid dan praktis.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan masalah tersebut yaitu untuk mengetahui kevalidan dan kepraktisan produk film dokumenter sebagai media promosi wisata kuliner terapung 16 Ilir Palembang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan bagi masyarakat mengenai pentingnya media promosi film dokumenter dalam membantu masyarakat untuk mencari tempat wisata, khususnya bidang kuliner.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat sebagai kajian referensi pengembangan media promosi lainnya dalam kajian keilmuan pendidikan masyarakat, khususnya dalam sektor pemberdayaan komunitas lokal melalui sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Pengelola Wisata Kuliner Terapung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mempromosikan Wisata Kuliner Terapung 16 Ilir Palembang sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dan meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM.

- b. Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat luas di dalam mencari dan memilih tempat-tempat wisata di wilayah Kota Palembang, khususnya wisata kuliner.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, M. S. H., Guritno, H., & Bakti, V. K. (2014). Film Dokumenter “Empu Besi yang Hampir Punah”. *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 3(1).
- Anggraini, D., & Astari, N. U. (2020). Implementasi Program Wisata Sungai Di Kawasan Pasar Sekanak Palembang. *Jurnal Publisitas*, 7(1), 23-44.
- Antoni, D., & Gustriansyah, R. (2023). Perbaikan Manajemen Usaha dan Promosi Wisata Kuliner Pindang dalam Rangka Meningkatkan Omset Usaha Warung Terapung di Dermaga Sungai Musi Palembang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 30-40.
- Azhari, A. M. (2020). Pengaruh Media Pembelajaran Film Dokumenter Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas XI IPS 2 SMA Negeri 13 Banjarmasin.
- Dadtun, Y. S., Dewantoro, D., Kharismanty, A. Z., Subagya, B. R., Putri, D. M., Fitriani, D. E., ... & Aqmarina, R. A. (2023). Implementasi Promosi Desa Wisata Rotan Trangsang Kabupaten Sukoharjo Melalui Film Dokumenter Sejarah. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1983-1990.
- Deli, D., & Hendro, H. (2023). Analisis Efektivitas Video Dokumenter Sebagai Media Promosi Terhadap Generasi Z di Batam: Studi Kasus Playstation. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 6(1), 1-15.
- Delonix, Y. (2019). Perancangan Film Dokumenter Kebudayaan Suku Sasak Desa Bayan. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 280-296.
- Efrilia, Y., & Purba, R. (2022). Perencanaan dan Penyusunan Desain Buku Katalog *Woopy Clothing*. *Formosa Jurnal of Applied Science*, 1(5), 667-674.
- Fatiha, R. P. S. (2024). Strategi Promosi Tabungan Simpeda pada Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar (Doctoral dissertation, Politeknik STIA LAN Makassar).
- Gunawan, A. S., Hamid, D., & Endang, M. G. W. (2016). Analisis Pengembangan Pariwisata terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat. *Universitas Brawijawa Malang*, 32.
- Haryono, A. J., Pungkiawan, P. R., & Mohammad Ath Thazriq, G. (2021). Film Dokumenter Potret Kecamatan Mantrijeron sebagai Media Promosi Pariwisata.

- Husin, A., Andriani, D. S., & Saputra, A. (2022). *Pengembangan Wisata*. Bening Media Publishing.
- Ismi, I. N., & Ain, S. Q. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Video Animasi pada Materi Bangun Datar Kelas IV SD Negeri 104 Pekanbaru. *Journal of Elementary School (JOES)*, 4(1), 81-90.
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi potensi wisata kuliner untuk pengembangan pariwisata di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 9(1).
- Mahfud, I., & Yuliandra, R. (2020). Pengembangan Model Gerak Dasar Keterampilan Motorik untuk Kelompok Usia 6-8 Tahun. *SPORT-Mu: Jurnal Pendidikan Olahraga*, 1(01), 54-66.
- Megadini, R., & Anggapuspa, M. L. (2021). Perancangan feed instagram sebagai media promosi tape ketan surabaya. *Barik*, 3(1), 69-81.
- Megawati, L. A. (2019). Kajian Arsitektur Organik Wisata Kuliner Kabupaten Bandung Jawa Barat. *Pelita Teknologi*, 14(1), 1-14.
- Ngurah, I. D. G., & Utama, M. S. (2018). Peran Modal Sosial, Potensi Pariwisata dan Pemberdayaan Masyarakat pada Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Strategis Pariwisata Lebih. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(6), 1647-1665.
- Ningsih, R. Y., Shomedran., Waty, E. R. K., & Helmi, H. (2024). Pengembangan Media Buku Saku dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat untuk Menjaga Kebersihan Lingkungan di Kelurahan Timbangan. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 11(1), 20-36.
- Ningsih, W. (2023). KETERLIBATAN PEMUDA DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN: TANTANGAN DAN PELUANG. *literacy notes*, 1(2).
- Ningsih. (2024). *Pengembangan Media Buku Saku dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat untuk Menjaga Kebersihan Lingkungan di Kelurahan Timbangan Ogan Ilir*. (Skripsi Sarjana, Universitas Sriwijaya).
- NIWIL, N. (2023). Strategi Pengembangan Umkm Warung Terapung di Desa Pao Kecamatan Malangke Barat (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Nurjannah, N., & Nurmairina, N. (2023). PENGEMBANGAN LKPD TEMATIK MODEL PICTURE AND PICTURE BERBASIS BUDAYA LOKAL

TEMA 7 MATERI INDAHNYA KERAGAMAN DI NEGERIKU KELAS IV SD. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(7), 1253-1258.

- Nugroho, S. (2021). Teknik kreatif produksi film: publikasi media sosial. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-224.
- Oktaviani, R., Ramdhan, S., & Maisaroh, S. (2022). Iklan Komersial “Boba Time” untuk Promosi Media Sosial Menggunakan Motion Graphic. *Jurnal Topik Global*, 1(2).
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Pandaleke, C. J., & Mananeke, L. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Parinata, D., & Puspaningtyas, N. D. (2021). Optimalisasi penggunaan google form terhadap pembelajaran matematika. *Mathema: Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 56-65.
- Prasetyo, A. R., Taufani, A. R., Aruna, A., Surya, E. P., Wijaya, G. A., & Marcelliantika, A. (2024). Inovasi Pengembangan Film Dokumenter Sinematografi Sebagai Upaya Akselerasi Aset Digital Marketing Industri Tape Desa Banjarsari. *Sci-tech Journal*, 3(1), 94-106.
- Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174-184.
- Pujiastuti, R. R., & Samekto, P. A. (2019). Pemanfaatan transportasi laut untuk meningkatkan pertumbuhan sektor pariwisata. *Jurnal Sains dan Teknologi Maritim*, 19(2), 151-164.
- Putra, L. D., Azizah, A. N., Widiastuti, B. T., & Sari, S. I. (2023). Pemanfaatan Media Video dalam Pembelajaran Pancasila Kelas V SD Muhammadiyah Bodon. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(1), 398-406.
- Putra, R. M. (2023). TA: Perancangan Video Profil Berbasis Motion Graphic untuk Memperkenalkan UMKM Darfen (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).



- Putri, A. A. S., Tahyuddin, D., & Husin, A. (2018). Sumber-Sumber Informasi Wisata Edukasi di Kota Palembang. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 5(1), 18-32.
- Ranius, A. Y. (2015). Sistem pendukung keputusan penentuan destinasi wisata unggulan di Kota Palembang.
- RISKA, R. (2021). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Objek Wisata Warung Terapung Berbasis Ekonomi Kreatif di Desa Pao Kecamatan Malangke Barat (Doctoral dissertation, Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo)).
- Riska, S. N., Husin, A., & Waty, E. R. K. (2024). Development Of Motion Graphic Video Media In Promoting Embung Puri Idaman Tourism In Purwosari Village. *Jurnal Teknologi Pendidikan: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, 9(2), 347-351.
- Riska. (2024). *Pengembangan Media Video Motion Graphic dalam Promosi Wisata Embung Puri Idaman di Desa Purwosari Kabupaten OKU Timur*. (Skripsi Sarjana, Universitas Sriwijaya).
- Rusdy, A. M. R., & Ramdhan, Z. (2018). Penyutradaraan Film Dokumenter Sinrili'. *eProceedings of Art & Design*, 5(1).
- Safich, R. D. (2016). *Upaya Pengembangan Wisata Alam Negeri Suah di Kabupaten Deli Serdang* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Siahaan, D. Z. R., Harahap, I., & Syahriza, R. (2021). Analisis Keberadaan Wisata Kuliner dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Bagan Percut Kecamatan Percut Sei Tuan. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 210-222.
- Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan website sebagai media promosi dan penjualan produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15-21.
- Suganda, A. D. (2018). Konsep Wisata Berbasis Masyarakat. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 4(1), 29-41.
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Peneliian. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Suryanto, H. (2024). Film Dokumenter dalam Mendukung Promosi Desa Wisata dengan Pemanfaatan Telepon Genggam Sebagai Media Pembuatannya. *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 3(2), 30-36.
- Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Mokodongan, A., Par, M. M., Bantulu, L., ... & Par, M. (2024). *Pengantar Pariwisata*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Tasruddin, R. (2021). Tren media online sebagai media promosi. *Jurnal Mercusuar*, 1(3).
- Tejawati, A., Pradana, E. K., Firdaus, M. B., Suandi, F., Lathifah, L., & Anam, M. K. (2019). Pengembangan Video Dokumenter “Wanita dan Informatika” di Lingkungan Fkti Universitas Mulawarman. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Elektronik*, 2(2), 72-80.
- Umagapi, D., & Ambarita, A. (2018). Sistem informasi geografis wisata bahari pada dinas pariwisata Kota Ternate. *Jurnal Ilmiah ILKOMINFO-Ilmu Komputer & Informatika*, 1(2), 59-69.
- Wiraseptya, T., & Suardi, M. (2023). Pengembangan Video Promosi Desa Wisata Teluk Buo untuk Menarik Minat Wisatawan. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 32-37.
- Yusra, R. Y., & Iskandar, R. (2023). Perancangan Film Dokumenter Batik Tanah Like Kabupaten Dhamasraya Sebagai Media Promosi. *Iam-Indonesia*, 1(2), 156-162.
- Zebua, A. J. (2018). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Shopie Paris BC. Yenni Kecamatan Muara Bulian. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(2), 222-229.