

ABSTRAK

Surabaya memiliki potensi pariwisata yang signifikan, terbukti dengan peningkatan jumlah wisatawan lokal dan mancanegara setiap tahunnya. Salah satu destinasi wisata utama di kota ini adalah Kebun Binatang Surabaya (KBS). KBS menawarkan pengalaman edukatif dan rekreasi dengan luas area mencapai 15 hektar dan koleksi lebih dari 2.230 hewan dari 219 jenis. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video profil KBS yang menarik dan informatif guna meningkatkan daya tarik wisatawan. Video ini akan menyoroti berbagai aspek KBS, seperti sejarahnya, koleksi satwa, fasilitas yang tersedia, serta program edukatif yang ditawarkan. Metode penelitian yang digunakan mencakup riset, wawancara, observasi, serta teknik pembuatan video. Data dikumpulkan dari sumber digital dan wawancara dengan narasumber terpercaya. Proses produksi video meliputi tiga tahap utama, yaitu pra-produksi (penyusunan naskah dan perencanaan teknis), produksi (pengambilan gambar dan rekaman audio), serta pasca produksi (editing dan penambahan efek visual serta audio). Dalam tahap pra-produksi, dilakukan penyusunan naskah yang terperinci dan perencanaan teknis untuk memastikan setiap aspek penting KBS dapat ditampilkan dengan baik. Pada tahap produksi, pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan sudut pandang yang menarik dan pencahayaan yang optimal, sementara rekaman audio dilakukan untuk menangkap suara-suara alami di lingkungan KBS. Pada tahap pasca produksi, dilakukan editing untuk menggabungkan semua elemen visual dan audio, serta penambahan efek khusus yang memperkaya kualitas video. Hasil dari penelitian ini adalah video profil komprehensif yang dipublikasikan di kanal YouTube D3 Perpustakaan Universitas Airlangga. Video tersebut diharapkan dapat meningkatkan popularitas KBS, memberikan informasi lengkap kepada para wisatawan, serta mendukung upaya pelestarian dan edukasi satwa. Penelitian ini menunjukkan bahwa media *audio-visual* yang dirancang dengan baik dapat menjadi alat yang efektif dalam promosi pariwisata dan edukasi. Dengan demikian, video profil ini tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga alat edukasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Harapannya, melalui video ini, KBS dapat menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya konservasi satwa di kalangan masyarakat.

Kata Kunci: Kebun Binatang Surabaya, video profil, pariwisata, edukasi, konservasi, promosi.

ABSTRACT

Surabaya has significant tourism potential, evidenced by the increasing number of local and international tourists each year. One of the city's main tourist destinations is the Surabaya Zoo (KBS). KBS offers an educational and recreational experience, covering an area of 15 hectares and hosting over 2,230 animals from 219 species. This research aims to develop an engaging and informative profile video of KBS to enhance its tourist appeal. The video will highlight various aspects of KBS, including its history, animal collection, available facilities, and educational programs. The research methods used include research, interviews, observation, and video production techniques. Data is collected from digital sources and interviews with reliable informants. The video production process involves three main stages: pre-production (scriptwriting and technical planning), production (filming and audio recording), and post-production (editing and adding visual and audio effects). During the pre-production stage, a detailed script is prepared, and technical planning is conducted to ensure that every important aspect of KBS is well-presented. In the production stage, filming is done with attention to interesting angles and optimal lighting, while audio recording captures the natural sounds of the KBS environment. In the post-production stage, editing is carried out to combine all visual and audio elements, along with the addition of special effects to enhance the video's quality. The result of this research is a comprehensive profile video published on the YouTube channel of the D3 Library Science Program at Airlangga University. The video is expected to increase the popularity of KBS, provide complete information to tourists, and support animal conservation and education efforts. This research demonstrates that well-designed audio-visual media can be an effective tool for tourism promotion and education. Thus, this profile video serves not only as a promotional medium but also as an educational tool beneficial to the wider community. It is hoped that through this video, KBS can attract more tourists and raise awareness about the importance of wildlife conservation among the public.

Keywords: *Surabaya Zoo, profile video, tourism, education, conservation, promotion.*