

Media Video Promosi Pada Guest House 555 Tangerang Selatan

M. Puad Abdul Baqi¹, Anita Bawaiqki Wandanaya², Wawan Hermansyah^{*3},

¹²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains and Teknologi, Universitas Raharja

Email: ¹puad@raharja.info, ²anita@raharja.info, ^{*3}hendra.septian@raharja.info

Abstrak

Bisnis penginapan pada zaman modern ini sangatlah berkembang pesat. Dikarenakan jumlah pengunjung yang selalu ada di setiap daerah. Menjadikan penginapan sangatlah dibutuhkan. *Guest House 555 Tangerang Selatan* merupakan jasa pelayanan penginapan yang berlokasi di Jalan Merica, RT.1/RW.12, Banten, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Melihat permasalahan yang ada *Guest House 555 NKI Tangerang Selatan* ini hanya melakukan promosi secara offline seperti, menyebarkan brosur dan memasang spanduk. Yang membuat *Guest House 555 NKI Tangerang Selatan* kurang diketahui oleh masyarakat dan kurang banyak pengunjung yang datang. Oleh karena itu artikel ilmiah ini ditulis bertujuan untuk mempromosikan *Guest House 555 NKI Tangerang Selatan* agar dapat memberikan suatu penjelasan mengenai tempat tersebut secara lebih menarik. Dengan memberitahukan melalui video keunggulan serta fasilitas yang ada seperti: ruang gym, mushola, cafe, akses internet, free parking, laundry, cleaning service, receptionist dan keamanan 24 jam. Metode penelitian yang digunakan yakni melalui konsep produksi dan pengumpulan data seperti observasi dan juga wawancara.

Kata Kunci — *Media, Video, Guest House 555*

Abstract

The lodging business in this modern era is growing rapidly. Due to the number of visitors who are always there in each area. Making lodging is needed. Guest House 555 South Tangerang is a lodging service located on Jalan Merica, RT.1/RW.12, Banten, Kec. Pamulang, South Tangerang City. Seeing the problems that exist, Guest House 555 NKI South Tangerang is only doing offline promotions, such as distributing brochures and putting up banners. What makes Guest House 555 NKI South Tangerang less known to the public and less visitors come. Therefore, this scientific article was written with the aim of promoting Guest House 555 NKI South Tangerang in order to provide an explanation of the place in a more interesting way. By informing through videos of the advantages and existing facilities such as: gym room, prayer room, cafe, internet access, free parking, laundry, cleaning service, receptionist and 24-hour security. The research method used is through the concept of production and data collection such as observation and interviews..

Keywords — *Media, Video, Guest House 555*

1. PENDAHULUAN

Promosi dapat diartikan proses dari mempopulerkan sesuatu yang ingin diketahui oleh orang banyak.^[1]

Guest House 555 NKI Tangerang Selatan merupakan jasa pelayanan penginapan yang berlokasi di Jalan Merica, RT.1/RW.12, Banten, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten.

Guest House yang berada di Tangerang selatan ini memiliki 60 total kamar dan terbagi menjadi 2 tipe 20 superior dan 40 kamar *Executive Duplex*, dan juga memiliki pelayanan dan fasilitas seperti: ruang gym, mushola, *cafe*, akses internet, *free parking, laundry, cleaning*

service, receptionist dan keamanan 24 jam yang diberikan oleh *Guest House 555 NKI Tangerang Selatan* kepada calon customer yang ingin menginap

Melihat permasalahan yang ada *Guest House 555 NKI Tangerang Selatan* ini hanya melakukan promosi secara offline seperti, menyebarkan brosur dan memasang spanduk. Pada era modern ini cara seperti itu sangatlah tidak efektif untuk melakukan promosi. Oleh karena itu media video promosi sangatlah dibutuhkan.

Oleh karena itu artikel ilmiah ini ditulis bertujuan untuk membantu *Guest House 555 NKI Tangerang Selatan* agar memiliki pengunjung lebih banyak dan informasinya tersebar menjadi lebih luas.

1.1 *Tinjauan Pustaka*

Beberapa tinjauan pustaka yang berkaitan dengan media video promosi.

1.1.1 *Media*

Media pemasaran yang efektif dilakukan adalah melalui media sosial atau online yang dipercaya cukup ampuh dalam memasarkan produk antara lain dengan Facebook dan Instagram dimana masing – masing media sosial memiliki platform periklanan^[2]

Media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual.^[3]

1.1.2 *Promosi*

Promosi merupakan proses memasang kemampuan perusahaan dan keinginan konsumen^[4]

Pemasaran online merupakan media yang di upload secara digital baik melalui internet maupun melalui aplikasi^[5]

1.1.3 *Video*

Video adalah gambar hidup (bergerak; motion), proses perekamannya, dan penayangannya yang tentunya melibatkan teknologi.^[6]

Video promosi merupakan teknik cutting footage dan ditambahkan narasi yang bertujuan untuk mempromosikan.^[7]

1.1.4 *Iklan*

Iklan merupakan media untuk mengenalkan sekaligus memasarkan suatu produk kepada khalayak umum.^[8]

1.2 *Literature Review*

Beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan media promosi :

1. Penelitian yang dilakukan Khansa, S. N. (2022)^[9], “Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan”. Bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka mengandalkan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatannya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Made Arini Hanindharputri dan Ni Putu Emilika Budi Lestari (2021)^[10], “Perancangan Video Promosi Desain Mode IDB Bali Untuk Kegiatan Jakarta Muslim Fashion Week”. Tujuan dan manfaat dari perancangan video promosi ini adalah untuk memperlihatkan kualitas busana yang sudah dirancang oleh program studi desain mode IDB Bali.
3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, A. B. (2022)^[11]. “Gambaran

Maskulinitas dalam Iklan Kopi Caffino di Instagram”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap representasi maskulinitas hegemonik dalam iklan kopi Caffino di Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Munawir, A., Yusuf, M., Riawarda, A., Nursyamsi, N., & Mirnawati, M. (2022)^[12] “Pengembangan Museum Budaya Rambu Solo Ne’ Gandeng melalui Pembuatan Video Profil”. Penelitian ini untuk digunakan oleh pengelola museum sebagai media informasi dan promosi tempat wisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah menghasilkan video profil Museum Budaya Rambu Solo Ne’ Gandeng dengan durasi waktu 10 menit 50 detik yang berisikan informasi tentang nama kegiatan, lokasi dan tujuan pembangunan museum, koleksi dan fasilitas yang ada didalam museum, serta hasil wawancara dengan pengelola museum..
5. Artikel Ilmiah yang dibuat Suhaini, S., Fadli, S., Saleh, M., Mutawalli, L., Fahmi, H., Ashari, M., & Saikin, S. (2022),^[13] yang berjudul “Pembuatan Video Profil Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Cagar Budaya Di Lombok Tengah” Pada penelitian yang dilakukan, peneliti mengumpulkan data dan informasi dengan cara studi pustaka, observasi dan wawancara langsung ke lokasi cagar budaya dan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah. Metode analisa dengan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).
6. Penelitian yang dilakukan oleh Rushida, dkk (2021)^[14] yang berjudul “Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Terpercaya SD Muhammadiyah 1 Padas” Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu sekolah dalam menyampaikan informasi dan memberikan kesan baik dan profesionalisme sekolah kepada masyarakat luas.
7. Dalam jurnalnya Yuvita Agustiar Ningsih dan Eko Agus Basuki Oemar (2021)^[15] yang berjudul “Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi”. Perancangan ini bertujuan untuk memaparkan konsep perancangan dan melakukan proses visualisasi company profile. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif-deskriptif, mengumpulkan data primer melalui observasi, wawancara, dokumentasi serta data sekunder melalui literatur berbagai sumber.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pengumpulan Data

Dalam karya ilmiah ini menggunakan beberapa metode penelitian diantaranya yaitu pengumpulan data yang diambil melalui observasi dan wawancara dan juga menggunakan tiga Langkah konsep produksi yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi dan menggunakan software editing premiere pro.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Preproduction

Sebuah proses yang dilakukan sebelum shooting bertujuan untuk mempermudah proses pengambilan gambar agar lebih efisien dalam pengelolaan waktu.

1. Ide/Gagasan

Sebuah pemikiran awal yang terjadi oleh si penulis untuk dikembangkan menjadi cerita

2. Sinopsis atau Cerita

Kerangka cerita atau biasa disebut sinopsi ini merupakan sebuah penjelasan singkat dari awal hingga akhir dari sebuah cerita pada Guest House 555 adalah:

“Di awal video, menampilkan intro bumper Guest House 555. berisi logo kemudian menampilkan lokasi yang dekat dengan daerah icon yang ada di Tangerang Selatan. Setelah itu menampilkan hotel dari depan menggunakan drone, talent memasuki lobi hotel, lalu talent disambut oleh receptionist hotel. lalu talent memasuki ruangan. Setelahnya menampilkan talent menikmati ruangan kamar hotel dan menampilkan footage fasilitas hotel”

3. Narasi

Suatu penekanan suara yang berada dalam video bertujuan untuk memperjelas isi pesan yang ingin disampaikan, ini adalah narasi Guest House 555:

“Guest House 555 // Merupakan tempat penginapan yang berlokasi di Jalan Merica, RT.1/RW.12, Banten, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten// Guest House yang berada di Tangerang selatan ini terdapat 60 kamar terbagi menjadi 2 tipe kamar yaitu //20 kamar Superior dan 40 kamar Executive Duplex //fasilitas seperti: ruang gym, mushola, cafe, akses internet, free parking, laundry, cleaning service, receptionist dan keamanan 24 jam//

4. Storyboard

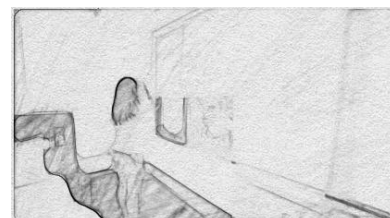
sebuah gambaran tentang suatu hal yang harus diambil untuk mempermudah dan juga menghemat waktu saat shooting dilakukan.



Gambar 2. Scene 1/Memperlihatkan bumper Guest House 555



Gambar 3. Scene 5/INT/Day/Resepsionis/Medium Full Shot/ Memperlihatkan talent memasuki guest house



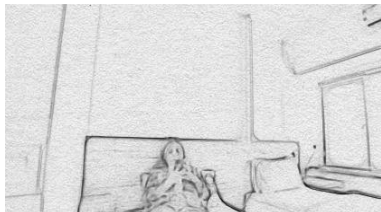
Gambar 4. Scene 6/INT/Resepsionis/Medium Close Up/, Memperlihatkan talent cek protocol kesehatan Guest House 555



Gambar 5. Scene 8/INT/Day/ Full Shot/ Memperlihatkan talent membuka jendela kamar superior



Gambar 6. Scene 10/EXT/ taman/Medium Shot/ Memperlihatkan talent sedang menikmati taman guest house 555



Gambar 7. Scene 12/EXT /Night/ coffeeshop/ Memperlihatkan talent menikmati kopi



Gambar 8. Scene 13/INT / Day / kamar/ Menampilkan menikmati ruangan

Gambar 9. Scene 7/EXT/day/Eye birds/ Menampilkan outro guest house 555

5. Script Writing

Berikut merupakan scriptwriting Guest House 555

Tabel 1. Script Writing

No	Visual	Audio
1	Memperlihatkan logo yang divisualisasi secara motion graphic	musik
2	Memperlihatkan talent memasuki guest house	Guest House 555
3	Menampilkan talent cek protocol kesehatan Guest House 555	Dilengkapi dengan protocol kesehatan
4	Menampilkan talent berada di kamar superior	Merupakan tempat penginapan yang berlokasi di Jalan Merica, RT.1/RW.12, Banten, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten
5	Menampilkan talent sedang menikmati taman guest house 555	Guest Guest House yang berada di Tangerang selatan ini terdapat 60 kamar terbagi menjadi 2 tipe kamar yaitu
6	Menampilkan talent menikmati kopi	20 kamar Superior dan 40 kamar Executive Duplex
7	Menampilkan menikmati ruangan	fasilitas seperti: ruang gym, mushola, cafe, akses internet, free parking,

No	Visual	Audio
		laundry, cleaning service, receptionist dan keamanan 24 jam
8	Menampilkan outro guest house 555	Musik

6. Rundown

Susunan pengambilan gambar untuk menentukan durasi

Tabel 2. Rundown

No.	Scene	Location	Duration	INT/EXT	Description
1	1	-	00.00.00-00.00.08	-	Menampilkan intro bumper
2	5	Receptionist	00.00.22-00.00.29	EXT	Memperlihatkan talent memasuki guest house
3	6	Receptionist	00.00.29-00.00.41	EXT	Memperlihatkan talent cek protocol kesehatan Guest House 555 Guest House 555
4	8	Kamar Superior	00.01.40-00.01.43	INT	Menampilkan talent berada di kamar superior
5	10	Taman	00.01.48-00.01.52	EXT	Menampilkan talent sedang menikmati taman guest house 555
6	12	Coffeeshop	00.01.53-00.01.55	INT	Menampilkan talent menikmati kopi
7	13	Ruangan Kamar	00.02.01-00.002.05	INT	Menampilkan menikmati ruangan
8	7	-	00.02.15-00.02.20	-	Menampilkan outro guest house 555

7. Penyusunan Crew

Berikut ini merupakan susunan seseorang yang membantu dalam proses pembuatan media promosi Guest House 555:

Tabel 3. Susunan Crew

No	Jabatan	Nama
1	Sutradara	Wawan Hermansyah
2	Kameramen	Wawan Hermansyah
3	Asisten Kameramen	Dwi Ravie Aditya
4	Pilot Drone	Dede Rozali
7	Editor	Wawan Hermansyah
8	Scriptwriter	Wawan Hermansyah

8. Time schedule

Jadwal perencanaan waktu suatu susunan rencana telah dibuat untuk menentukan waktu dan memmanagement waktu perancangan video promosi Guest House 555 selama 5 bulan:

Tabel 4. Time Schedule

Tahapan		Augustus 2021				September 2021				Oktober 2021				November 2021				Desember 2021					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
P r e p a r a s i	Pengajuan Observasi	■																					
	Pengambilan data	■	■	■																			
	Mengolah data	■	■	■																			
	Premis			■	■																		
	Alur singkat			■	■																		
	Membuat narasi			■	■																		
	menggambar Story board			■	■	■	■																
	Naskah cerita					■	■																
	Susunan acara					■	■																
	Pengarahan crew				■																		
	Jadwal durasi					■	■	■															
	Biaya produksi					■	■																
	Alat produksi					■	■	■															
P r o d u c t i o n	Perencanaan Multimedia					■	■	■	■	■													
	Perencanaan Audio					■	■	■	■	■													
	Perencanaan Visual					■	■	■	■	■													
	Perencanaan Visual					■	■	■	■	■													
	Perencanaan Broadcasting					■	■	■	■	■													
P o s t p r o d u c t i o n	Digitizing									■	■												
	Editing									■	■	■	■	■									
	Mixing									■	■	■	■	■									
	Finishing													■	■	■	■						
	Tahap Keluaran															■	■	■	■				
d u c t i o n	Segmen Pasar																				■	■	

9. Peralatan yang digunakan

Alat produksi yang dipakai *Sony A6000*, *kamera Canon 700D*, *Lensa Artisan 25mm*, *Gimbal Stabilizer Moza*, *Drone DJI Mavic Mini*, *Sandisk 32GB*, *Pc i7* dan *Harddisk External*.

3.2 Production

Proses produksi yang akan menjalankan shooting atau mengambil gambar yang telah ditentukan pada proses pra produksi.

Program Visual

Guest House 555 Tangerang Selatan yang telah sesuai dengan rencana produksi yang telah dibuat.



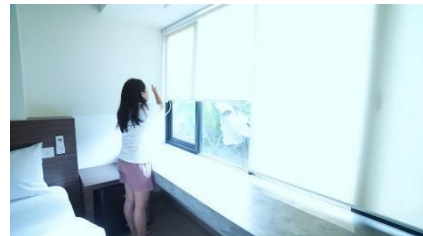
Gambar 11. Scene 1/ Menampilkan bumper logo Guest House 555



Gambar 12. Scene 5/INT/Resepsionis/Medium Full Shot/ Memperlihatkan talent memasuki guest house



Gambar 13. Scene 6/INT/Resepsionis/Medium Close Up/, Memperlihatkan talent cek protocol kesehatan Guest House 555



Gambar 14. Scene 8/INT/Day/ Full Shot/ Memperlihatkan talent membuka jendela kamar superior



Gambar 15. . Scene 10/EXT/Day/Medium



Gambar 16. Scene 12/INT / Day / coffeeshop/

<p>Shot/ Memperllihatkan talent sedang menikmati taman guest house 555</p>	<p>Menampilkan talent menikmati kopi</p>
 <p>Gambar 17. Scene 13/INT / Day / kamar/Menampilkan menikmati ruangan</p>	 <p>Gambar 18. Scene 7/EXT/day/Eye birds/ Menampilkan outro guest house 555</p>

3.3 Post Production

Sebuah proses akhir dalam produksi yaitu menyatukan gambar demi gambar menjadi sebuah kesatuan cerita yang menarik.

1. Digitizing

Digitizing adalah suatu proses melihat suatu gambar yang telah diambil, dipindahkan ke komputer untuk melihat gambar secara lebih detail.

2. Editing

Editing adalah tahap dimana hasil gambar yang telah tersedia dimasukkan ke dalam software editing *Adobe Premiere Pro CC 2019*. Untuk melakukan pemotongan bagian yang diperlukan.

3. Mixing

Mixing adalah proses mensinkronkan suara dan gambar, dalam tahap ini biasa menggabungkan sfx, ambience dan juga voice over.

4. Finishing

Finishing merupakan proses menganalisa keseluruhan dari video, proses ini merupakan penyempurnaan dan juga membuat video lebih baik.

5. Exporting

Dalam tahap ini hasil video yang akan dibuat sebagai sarana promosi Guest House 555. Diubah dari kumpulan footage menjadi satu video utuh yang telah diedit dalam format mp4.

6. Segmen Pasar

Agar lebih terarah pasar yang ditargetkan oleh Guest House 555 adalah dari wilayah Jakarta dan Tangerang, umumnya seluruh Indonesia dan internasional.

4. KESIMPULAN

Dari observasi yang telah dilakukan pada Guest House 555 NKI Tangerang Selatan, sesuai dengan yang terdapat pada rumusan masalah terdapat beberapa poin kesimpulan yaitu :

1. Guest House 555 NKI Tangerang Selatan sangat membutuhkan media promosi untuk menginformasikan lebih luas fasilitas dan pelayanan yang telah disediakan. Agar lebih mudah masyarakat untuk menjadikan Guest House 555 menjadi pilihan untuk menginap.
2. Guest House 555 NKI Tangerang Selatan ini informasinya meliputi : profil, fasilitas seperti kamar dengan tipe superior, executive duplex, cafe, ruang gym, mushola, free parking area, free wifi. Sedangkan pelayanan yang diberikan Guest House 555 NKI diantaranya receptionist, keamanan 24 jam, laundry, cleaning service, dan keunggulan Guest House 555 NKI Tangerang Selatan yaitu merupakan Guest House yang berkonsep minimalis dan modern dengan tema go green sehingga menciptakan suasana tenang dan nyaman, serta lokasinya yang mudah di akses.
3. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Guest House 555 NKI Tangerang Selatan yaitu, media video promosi yang lebih menarik dan lebih kreatif untuk dapat menarik dan target pengunjung bisa tercapai di Guest House 555 NKI Tangerang Selatan.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk Guest House 555 NKI Tangerang Selatan diantaranya:

1. Disarankan untuk dapat terus mempertahankan promosi penginapannya melalui sosial media dan internet agar dapat diketahui oleh banyak masyarakat yang ingin berkunjung
2. Agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung disarankan agar terus mengupdate dan mempromosikan penginapan setiap hari.
3. Disarankan untuk dapat bekerjasama dengan berbagai pihak untuk dapat melakukan sebuah acara di Guest House 555 agar dapat dikenal dan diketahui oleh banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Batubara, M. H., Nurmalina, N., Nasution, A. K. P., Agusmawati, A., & Maharani, A. (2021). Pelatihan Media Sosial Instagram Untuk Sarana Promosi Ekowisata. *JPMA-Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 1(1), 1-8.
- [2] Rosyadi, N. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Media Promosi Di UMKM Kripik Tempe Ibu Sugiati Desa Bojongnangka. *Economy and Business*, 1(1), 1-6.
- [3] Khansa, S. N. (2022). Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan.
- [4] Tanumihardja, J. (2022). Studi Deskriptif Analisa Promosi Layanan Rumah Sakit. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 6(2), 101-104.
- [5] Samiza, M. A. S. M. (2021). Peranan Video Promosi Dalam Meningkatkan Pemasaran Perniagaan Syarikat Amira Grafik (Doctoral dissertation, Universiti Malaysia Kelantan (UMK)).
- [6] Tarigan, R. O., Hanim, W., & Wirasati, R. M. K. (2020). Video Simulasi Pengembangan Video Simulasi Konseling Teknik Dispute Cognitive Untuk Meningkatkan Resiliensi. *Insight: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 9(1), 01-08. <https://doi.org/10.21009/jpi.031.01>
- [7] Sidik, A. (2021). video promosi pemandian air panas Banyuwedang di Desa Pejarakan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 5(1), 22-35.

- [8] Prasetyo, A. B. (2022). Gambaran Maskulinitas dalam Iklan Kopi Caffino di Instagram. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 50-62.
- [9] Khansa, S. N. (2022). Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan.
- [10] Hanindharputri, M. A., & Lestari, N. P. E. B. (2021). PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESAIN MODE IDB BALI UNTUK KEGIATAN JAKARTA MUSLIM FASHION WEEK. *Jurnal Lentera Widya*, 3(1), 60-65.
- [11] Prasetyo, A. B. (2022). Gambaran Maskulinitas dalam Iklan Kopi Caffino di Instagram. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 50-62.
- [12] Munawir, A., Yusuf, M., Riawarda, A., Nursyamsi, N., & Mirnawati, M. (2022). Pengembangan Museum Budaya Rambu Solo Ne'Gandeng melalui Pembuatan Video Profil. *Madaniya*, 3(1), 145-152.
- [13] Suhaini, S., Fadli, S., Saleh, M., Mutawalli, L., Fahmi, H., Ashari, M., & Saikin, S. (2022). Pembuatan Video Profil Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Cagar Budaya Di Lombok Tengah. *Jurnal ABDIMAS Budi Darma*, 2(2), 119-125.
- [14] Anwar, R. N., Husna, A. R., Nurjanah, A., Setyars, N. K., Winggasari, M., & Rahmasiwi, D. S. (2021). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Terpercaya SD Muhammadiyah 1 Padas. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 7-12.
- [15] Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan company profile pt wiradecon multi berkah sebagai media promosi. *Barik*, 2(3), 97-110.