

Media Video Promosi Pada KayuKayu Restaurant Alam Sutera

Mulyati¹, Nadya Handayani*², Revo Jati Alamsyah³

¹Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Raharja

^{2,3}Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja

Email: ¹mulyati@raharja.info, *²nadya.handayani@raharja.info, ³revo.jati@raharja.info

Abstrak

Sarana promosi saat ini sangatlah beragam jenisnya, diantaranya video. Melalui media video promosi, masyarakat dapat mengetahui informasi yang terdapat pada KayuKayu Restaurant. KayuKayu Restaurant merupakan tempat makan ramah keluarga dengan desain yang terkini dan unik, menyatu dengan alam yang berada di Kota Tangerang Selatan. Masalah yang dialami KayuKayu Restaurant mengalaminya penurunan jumlah pengunjung yang diakibatkan dari pandemic covid-19 serta belum mempunyai media video promosi terbaru. Tujuan melakukan penelitian ini untuk menyebarkan informasi terbaru mengenai KayuKayu Restaurant. Penelitian ini memakai 3 metode seperti pengumpulan data yaitu Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, Menggunakan Perangkat lunak: Adobe Premiere, Photoshop, Audition dan KPM yaitu: Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Hasil penelitian nantinya akan menjadi media video promosi pada KayuKayu Restaurant yang dapat menarik customer juga relasi untuk berkunjung atau mengadakan event di KayuKayu Restaurant.

Kata Kunci — Media Video, Restaurant, Promosi

Abstract

Currently, there are various types of promotional media, including media video. Through promotional video media, the public can find out the information contained in KayuKayu Restaurant. KayuKayu Restaurant is a family-friendly place to eat with the latest and unique designs, blending with nature that is located in Kota Tangerang Selatan. The problems experienced by KayuKayu Restaurant have decreased the number of visitors due to the covid-19 pandemic and do not yet have the latest promotional video media. The purpose of doing this research is to disseminate the latest information about KayuKayu Restaurant. This research uses 3 methods such as data collection namely Observation, Interview, Literature Study, Using Software: Adobe Premiere, Photoshop, Audition and KPM namely: Pre Production, Production and Post Production. The results of the research will later become a promotional video media for the KayuKayu Restaurant that can attract customers and relations to visit or hold events at the KayuKayu Restaurant.

Keywords — Media Video, Restaurant, Promotion

1. PENDAHULUAN

Video promosi yaitu “alat komunikasi yang memberikan pesan jejak positif kepada audience yang bersifat komersil ^[1]”. Promosi “kegiatan untuk meyakinkan konsumen atas produk yang ditawarkan dengan nilai lebih ^[2]”.

KayuKayu Restaurant merupakan tempat makan berkonsep ramah keluarga yang berkultur Indonesia serta memiliki desain terkini dan unik sehingga dapat membawa kita dengan kehidupan perkotaan yang dapat menyatu dengan alam yang menenangkan. Restaurant juga menyajikan 97 jenis menu makanan Nusantara pilihan dan berbagai jenis minuman. KayuKayu berada di Kota Tangerang Selatan. Restaurant memiliki fasilitas *function room* untuk berbagai macam event diantaranya: Merbau room, Merbau II room, Jati room, Ulin room dan

Gaharu room. KayuKayu juga menyediakan fasilitas seperti *Makeup room* dan *Smoking Area*.

KayuKayu *Restaurant* mempunyai suatu permasalahan mengalaminya penurunan jumlah *customer* karena Pandemi *Covid-19* dan berdampak pada pemasukan sehingga harus mengurangi beberapa karyawan serta belum mempunyai video promosi terbaru dengan info terlengkap.

Tujuan dibuatnya suatu media video promosi ini untuk menyebarkan informasi seputar KayuKayu *Restaurant* secara terbaru dan lengkap, sehingga dapat menarik para *customer* serta relasi buat datang juga mengadakan *event* di KayuKayu *Restaurant*.

2. METODE PENELITIAN

(1) Mengumpulkan data menggunakan *Observation*, *Interview*, *literature Review*. (2) Video promosi ini memakai perangkat lunak *Adobe Premiere*, *Photoshop* dan *Audition*. (3) Konsep Produksi Media (KPM) yaitu: PraProduksi, Produksi dan Pascaproduksi.

Literature Review

Dibawah ini terdapat refrensi tentang *video* promosi diantaranya:

1. Karya ilmiah dari Dewi dani Zam Zam Nurjaman (2017) “Penggunaan jejaring sosial *twitter* sebagai media promosi pada restoran ranjang 69” Tujuannya untuk mengetahui penggunaan jejaring sosial *twitter* sebagai media promosi dalam komunikasi pemasaran restoran ranjang 69.^[2]
2. Artikel ilmiah yang dilakukan oleh Hadi dan Muhammadd Lathif menggunakan judul “Pembuatan iklan restoran masakan jepang *tomodachi sukoharjo* sebagai media informasi berbasis multimedia” penelitian ini bertujuan Untuk membuat sebuah iklan multimedia mengenai restoran sebagai media infrmasi dan promosi.^[3]
3. Penelitian yang dilakukan oleh Sunarya, Lusyani. Ayunda dan Nadya (2021) “Media video promosi pada *Roofpark Café & Restaurant Puncak Bogor Jawa Barat*” Untuk menghasilkan media video promosi yang terbaru guna meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.^[1]
4. Artikel ilmiah yang dibuat Fajar, Ibnu. Nasrul Kamal dan Dini Faisal (2017) “Perancangan Video Promsi *Cafe OmBewok*” Artikel ilmiah dibuat untuk mempengaruhi target *audience* agar melakukan pembelian, sehingga bisa menaikkan jumlah penjualan.^[4]
5. Penelitian yang dilakukan oleh Tunjung sari dan putu eka (2017) dengan judul “*Analys on promotion and the influence ofsocial media ini restaurant industry ubud, bali, indonesia*” penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki tren pemasaran dalam mempromosikan restaurant di *ubud* agar meningkatnya pelanggan yang datang.^[5]
6. Penelitian yang dilakukan oleh Domingo (2018) dengan judul “*Product, pricing and promotional strategis of restaurants in nueva ecija: an sssessment*” tujuan dari penelitian yaitu untuk menciptakan promosi yang efektif dan informatif dalam bentuk media *audio visual*.^[6]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pra Produksi

Pra Produksi ialah kolaborasi antar pemain serta kru saat membentuk suatu visual yang disusun sesuai konsep skenario. Dibawah ini tahapan-tahapan dalam Pra Produksi yaitu.:



Gambar 1. Pra Produksi

1. Ide

Sebuah awalan pada tahapan Pra Produksi dalam pembuatan *video* promosi di KayuKayu Restaurant, mulai dari ide kemudian dikembangkan menjadi suatu konsep dengan cara observasi. Dalam *video* ini menampilkan *visual*, *audio*, *effect visual*, *voice over* dan *music* yang dikemas secara menarik dan lengkap.

2. Sinopsis

Tahapan dimana sebuah intisari cerita singkat tanpa mengurangi unsur penting dalam keseluruhan ceritanya. Berikut ialah sinopsis pada *video* promosi KayuKayu Restaurant:

“KayuKayu Restaurant merupakan salah satu tempat makan sekaligus vanue untuk mengadakan sebuah event, seperti birthday party, wedding, engagement, maupun event yang lainnya. KayuKayu Restaurant berada di Kota Tangerang Selatan. Memiliki konsep yang unik karena keseluruhan restaurant ini dipenuhi dengan interior kayu yang menjadi komponen utama, restaurant ini juga sebagai tempat makan ramah keluarga yang dapat menciptakan suatu kehangatan dan menyatu dengan alam karena hampir setiap sudut ruangan terdapat pepohonan serta tanam-tanaman. Tempat ini cocok untuk menghilangkan rasa kejenuhan pada kehidupan perkotaan, karena pengunjung bisa mendapatkan suasana yang tenang jika berada disini. Kayukayu restaurant memiliki fasilitas seperti makeup room, function room, smoking area dan berbagai macam menu makanan khas Nusantara dan berbagai macam jenis minuman yang tentunya tidak diragukan lagi kualitasnya.”

3. Narasi

Narasi yang dirancang oleh penulis naskah dengan cara sedikit demi sedikit, yg dimulai dari ide kemudian dituangkan dalam *visual*. Berikut narasi yang dibuat:

“KayuKayu Restaurant yang terletak di kawasan Jalur Sutera Kota Tangerang selatan ini mempunyai desain dan konsep yang sangat menarik / KayuKayu Restaurant selalu memberikan pelayanan yang hangat kepada setiap tamu yang datang // Untuk mendapatkan suasana yang tenang tempat ini cocok banget untuk menghilangkan rasa kejenuhan kamu pada kehidupan perkotaan // KayuKayu Restaurant memiliki varian menu unggulan makanan khas nusantara serta berbagai macam minuman // KayuKayu Restaurant juga memiliki fasilitas seperti function room // Disini kamu bisa jadikan kayukayu restaurant sebagai venue untuk mengadakan event loh // seperti meeting // birthday party // wedding maupun engagement // Mau merasakan makanan cita khas

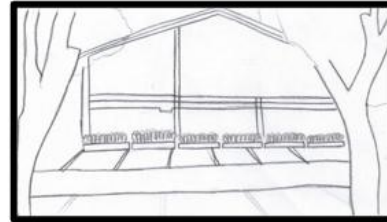
nusantara dengan suasana yang tenang dan nyaman / yuk datang ke KayuKayu Restaurant //”

4. *Storyboard*

Sebuah sketsa gambar yang berisi teknik pengambilan gambar pada setiap adegan kemudian divisualisasikan.



Gambar 2. *Scene 1/ video Bumper Opening* logo KayuKayu Restaurant.



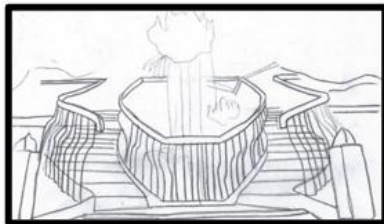
Gambar 3. *Scene 2/ EXT/ Day/ Long Shot/* Menampilkan video footage Gedung KayuKayu Restaurant.



Gambar 4. *Scene 3/INT/ Day/ Full Shot/* Menampilkan video footage minibar.



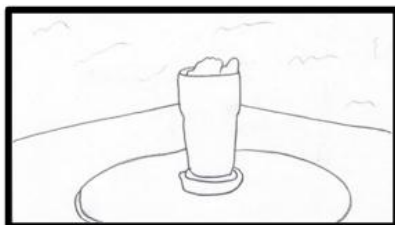
Gambar 5. *Scene 4/INT/ Day/ Medium shot/* Menampilkan video footage sambutan dari pegawai saat masuk.



Gambar 6. *Scene 5/INT/Day/Low Angle/* Menampilkan video footage tangga utama KayuKayu Restaurant.



Gambar 7. *Scene 6/ INT/ Day/Medium Shot/* Menampilkan video footage koki masak.



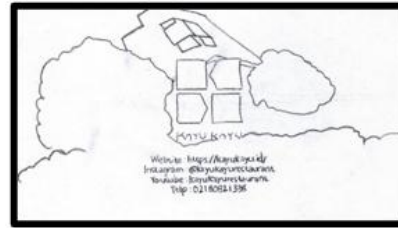
Gambar 8. *Scene 7/INT/ Day/ Medium Shot/* Menampilkan video footage makanan dan minuman.



Gambar 9. *Scene 8/INT/ Day/Long Shot/* Menampilkan video footage function room.



Gambar 10. *Scene 9/ Full Shot/ Menampilkan dokumentasi saat ada event.*



Gambar 11. *Scene 10/EXT/Day/bird eye view/ Menampilkan video outro bumper logo, website, sosial media serta nomor telepon.*

5. Script Writing

Penulisan Naskah sebuah rancangan skenario yang dibuat secara rinci, agar *audience* dapat membayangkan situasi dalam *video* tersebut. Dibawah ini terdapat Penulisan Naskah *video* promosi pada KayuKayu Restaurant:

Tabel 1. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	<i>Video Bumper Opening logo KayuKayu Restaurant</i>	<i>Music</i>
2.	<i>Video footage Gedung KayuKayu Restaurant</i>	<i>KayuKayu Restaurant yang terletak di kawasan Jalur Sutera Kota Tangerang selatan ini mempunyai desain dan konsep yang sangat menarik /</i>
3.	<i>Video footage minibar</i>	<i>Music</i>
4.	<i>Video footage sambutan dari pegawai saat masuk</i>	<i>KayuKayu Restaurant selalu memberikan pelayanan berstandar internasional dalam kultur budaya masyarakat Indonesia yang hangat dan bersahabat kepada setiap tamu yang datang //</i>
5.	<i>Video footage tangga utama KayuKayu Restaurant</i>	<i>Untuk mendapatkan suasana yang tenang tempat ini cocok banget untuk menghilangkan rasa kejenuhan kamu pada kehidupan perkotaan //</i>
6.	<i>Video footage koki masak</i>	<i>Music</i>
7.	<i>Video footage makanan dan minuman</i>	<i>KayuKayu Restaurant memiliki varian menu unggulan makanan khas nusantara serta berbagai macam minuman //</i>
8.	<i>Video footage function room</i>	<i>KayuKayu Restaurant juga memiliki fasilitas seperti function room //</i>
9.	<i>Menampilkan dokumentasi saat ada event</i>	<i>Disini kamu bisa jadikan KayuKayu restaurant sebagai venue untuk mengadakan event loh // seperti meeting // birthday party // wedding maupun engagement //</i>
10.	<i>Video outro bumper logo, website, sosial</i>	<i>Mau merasakan makanan cita khas</i>

6. Rundown

ialah susunan rencana yang dibatasi oleh durasi, berikut runtutan dalam pembuatan *video* promosi pada KayuKayu Restaurant:

Tabel 2. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	INT/ EXT	Description
1.	10	Outdoor KayuKayu restaurant	00.00.00-00.00.14	EXT	Menampilkan video <i>outro bumper</i> logo, <i>website</i> , sosial media dan nomor telepon
2.	2	Outdoor KayuKayu restaurant	00.00.14-00.00.29	EXT	Menampilkan video <i>footage</i> Gedung KayuKayu Restaurant
3.	3	Indoor KayuKayu restaurant	00.00.29-00.01.00	INT	Menampilkan video <i>footage</i> minibar
4.	4	Indoor KayuKayu restaurant	00.01.00-00.01.21	INT	Menampilkan video <i>footage</i> sambutan dari pegawai saat masuk
5.	5	Indoor KayuKayu restaurant	00.01.21-00.01.41	INT	Menampilkan video <i>footage</i> tangga utama KayuKayu Restaurant
6.	6	Kitchen	00.01.41-00.02.00	INT	Menampilkan video <i>footage</i> koki masak
7.	7	Indoor KayuKayu restaurant	00.02.00-00.02.22	INT	Menampilkan video <i>footage</i> makanan dan minuman
8.	8	Function Room	00.02.22-00.02.39	INT	Menampilkan video <i>footage</i> function room

7. Penyusunan Kru

Susunan Kru dalam pembuatan *video* promosi KayuKayu Restaurant:

Tabel 3. Susunan Kru

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Nadya Handayani
2.	Cameraman	Nadya Handayani
3.	Asisten Cameraman	Rizky Ramadhan
4.	Editor	Nadya Handayani
5.	Script Writer	Nadya Handayani
6.	Dubber	Siti Rodhiah Huludjannah
7.	Talent	1. Reno Febriansyah 2. Tyan Syam

8. Rundown

Jadwal pada saat proses produksi berlangsung disebut *Rundown*. Dibawah ini *rundown* pada *video* promosi KayuKayu Restaurant:

Tabel 4. Rundown

Tahapan		Februari 2021				Maret 2021				April 2021				Mei 2021				Juni 2021				Juli 2021				Agustus 2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preproduction	Pengajuan Observasi	█																											
	Pengumpulan Data		█	█																									
	Analisis Data			█	█																								
	Ide /Gagasan				█	█																							
	Sinopsis /Cerita					█	█																						
	Narasi						█	█																					
	Pembuatan Storyboard							█	█																				
	Script Writing								█	█																			
	Rundown									█	█																		
	Penyusunan kru										█	█																	
	Time Schedule											█	█																
	Anggaran												█	█															
	Peralatan Yang Digunakan														█	█													
	Production	Perencanaan Multimedia																											
Perencanaan Audio																													
Perencanaan Visual																													
Perencanaan Broadcasting																													
Post production	Digitizing																												
	Editing																												
	Mixing																												
	Finishing																												
	Tahap Keluaran																												
	Segmen Pasar																												

9. Anggaran

Anggaran yaitu pengeluaran yang dilakukan pada saat produksi. Berikut anggaran video promosi KayuKayu Restaurant:

Tabel 5. Anggaran Produksi

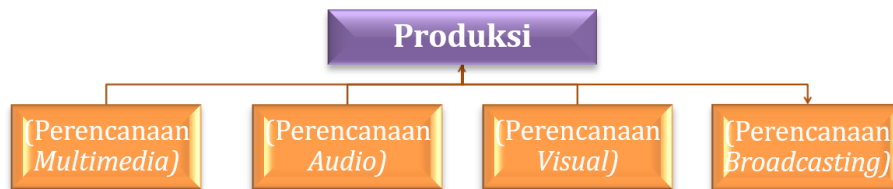
No.	Alat Produksi	Keterangan	Biaya Produksi
1.	Survey Lokasi	3 hari	Rp. 65.000 x 3 Hari = Rp. 195.000
2.	Kamera Sony A6000	Sewa	@Rp. 350.000
3.	Lensa sigma 35mm	Sewa (include kamera)	Rp. 350.000 x 2 Hari = Rp. 700.000 x 2 buah = Rp. 1.400.000
4.	Lensa 7 artisan 25mm	Sewa (include kamera)	-
5.	Lensa Sony 16mm	Sewa (include kamera)	-
6.	Dji Mavic miniDrone	Milik Pribadi	-
7.	Gimbal Moza air	Milik Pribadi	-
8.	Tripod	Milik Pribadi	-
9.	Memory Lexar 32gb	Milik Pribadi	-
10.	DVD + Label + Casing	Beli	-
11.	Transportasi Mobil	Milik Pribadi	@Rp. 14.000
12.	Bensin	Beli	Rp. 14.000 x 4 buah =
13.	Voice Over	Jasa Dubber	Rp. 56.000
TOTAL			Rp. 2,311 ,000

10. Peralatan yang digunakan

Membuat *video* promosi KayuKayu *Restaurant* menggunakan peralatan seperti Kamera Sony A6000, Dji Mavic miniDrone, Lensa sigma 35mm, Lensa 7 artisan 25mm, Lensa Sony 16mm, Gimbal Moza air, Tripod, Memory Lexar 32Gb, DVD + Label + Casing, Handphone, Personal Computer.

3.2. Produksi

Tahapan pengambilan gambar pada waktu di lapangan berlangsung, pemain dan kru harus bekerjasama guna kelancaran tahapan produksi, di dalam produksi ada 4 tahapan yaitu:



Gambar 12. Produksi

Program Visual

Dibawah terdapat tampilan isi *video* promosi pada KayuKayu *Restaurant* sebagai berikut:



Gambar 13. Scene 1/ *video* Bumper Opening logo KayuKayu *Restaurant*.



Gambar 14. Scene 2/ *EXT/ Day/ Long Shot/* Menampilkan *video footage* Gedung KayuKayu *Restaurant*.



Gambar 15. Scene 3/*INT/ Day/ Full Shot/* Menampilkan *video footage* minibar.



Gambar 16. Scene 4/*INT/ Day/ Medium shot/* Menampilkan *video footage* sambutan dari pegawai saat masuk.



Gambar 17. *Scene 5/INT/Day/Low Angle/* Menampilkan *video footage* tangga utama KayuKayu Restaurant.



Gambar 18. *Scene 6/ INT/ Day/Medium Shot/* Menampilkan *video footage* koki masak.



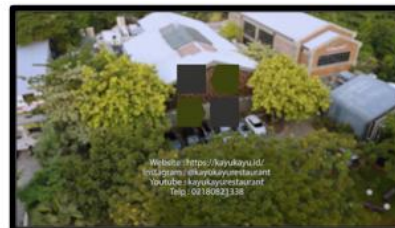
Gambar 19. *Scene 7/INT/ Day/ Medium Shot/* Menampilkan *video footage* makanan dan minuman.



Gambar 20. *Scene 8/INT/ Day/Long Shot/* Menampilkan *video footage* function room.



Gambar 21. *Scene 9/ Full Shot/* Menampilkan dokumentasi saat ada event.



Gambar 22. *Scene 10/EXT/Day/bird eye view/* Menampilkan *video outro bumper* logo, website, sosial media serta nomor telepon.

3.3. Pasca Produksi

Pasca Produksi merupakan tahapan penyelesaian dan percampuran pada sebuah *video*. Pada tahap ini terdiri dari:



Gambar 23. Pasca Produksi

1. *Digitizing*

Tahapan pemindahan data kamera ke komputer kemudian di *review* supaya bisa melanjutkan proses *editing*, guna menghindari kerusakan, *memory full* atau hilang data.

2. *Editing*

Setelah tahapan *digitizing* yaitu tahap pemilihan *video* yang ingin dimasukan kemudian proses pemotongan *video* setelah itu disusun menjadi sebuah *video* utuh dengan sesuai konsep.

3. *Mixing*

Pencampuran antara *video*, *backsound* dan *dubbing* agar informasi yang disampaikan jelas dan menjadi daya tarik *audience*.

4. *Finishing*

Pada Tahap ini *editor* periksa kembali dengan teliti mulai dari awal sampai akhir *video* pada setiap adegannya serta *visual effect*, *text*, *audio* dan *visualnya*.

5. *Exporting*

Tahap akhir dalam pasca production, setelah *video* jadi di *render* kemudian di *export*. Kemudian di *upload* ke media social “@kayukayurestaurant” dan youtube kayukayurestaurant.

6. Segmen Pasar

Pada segmen pasar *video* promosi KayuKayu Restaurant target yang dituju daerah banten dan Jabodetabek, bahkan seluruh Indonesia (*National*) dan *International*. Sehingga dapat terjadinya peningkatan jumlah *customer* pada tahun berikutnya.

4. KESIMPULAN

Setelah melakukan observasi yang dilakukan secara langsung di KayuKayu Restaurant ternyata terdapat sebuah permasalahan yaitu mengalaminya penurunan jumlah *customer* yang diakibatkan oleh *pandemic covid-19* yang berdampak pada pemasukan sehingga harus mengurangi beberapa karyawan serta belum mempunyai media promosi dengan informasi terbaru. Informasi yang disampaikan dalam *video* promosi ini terdapat fasilitas seperti *function room* untuk berbagai macam *event* diantaranya: Merbau *room*, Merbau II *room*, Jati *room*, Ulin *room* dan Gaharu *room*. Restaurant ini juga menyediakan fasilitas seperti *Makeup room* dan *Smoking Area*. KayuKayu Restaurant juga memiliki varian menu makanan khas nusantara dan berbagai macam minuman, serta lokasi dan identitas KayuKayu Restaurant. Video promosi ini akan di implementasikan pada sosial media “@kayukayurestaurant dan youtube KayuKayu Restaurant dengan informasi yang lengkap, jelas dan terbaru, tentunya tidak lupa menggunakan *visual effect* agar dapat menarik minat *audience*.

5. SARAN

Hasil penelitian ini terdapat beberapa saran untuk KayuKayu Restaurant yaitu: Agar tetap terus menyajikan informasi terbaru dan terus menaikkan pemasaran kepada pengunjung. Dengan adanya *video* ini mahasiswa menyarankan untuk terus melakukan pengembangan kegiatan promosi ini, setidaknya setahun sekali dengan konsep yang lebih *trendy*. Agar dapat memperluas kegiatan promosi disarankan untuk menyajikan *video* yang dikemas secara menarik agar pengunjung dapat tertarik untuk berkunjung maupun mengadakan *event* di KayuKayu Restaurant.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sunarya, Lusyani, Ayunda Dwi Purbayani dan Nadya Handayani, 2021, “Media Video Promosi Pada Roofpark Café & Restoranti Puncak Bogor Jawa Barat”. Tangerang: Universitas Raharja. TMJ Journal. P-ISSN: 2620-3383 Vol 5, No 2.

- [2] Dewi, Rosanti Utami dan Zam Zam Nurjaman. 2017. *“Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Pada Restoran Ranjang 69”*, Jawa Barat: Universitas Garut, "Jurnal Komunikasi dan Media, ISSN: 2527-8673, Vol 1, No 2.
- [3] Hadi, Widiyanto dan Muhammad Lathif (2017). *“Pembuatan Iklan Restoran Masakan Jepang “Tomodachi” Sukoharjo Sebagai Media Informasi Berbasis Multimedia”*. Surakarta: AMIK Cipta Darma Surakarta. Jurnal IT CIDA. ISSN: 2477-8133. Vol. 3, No. 2.
- [4] Fajar, Ibnu, Nasrul Kamal dan Dini Faisal, 2017, *“Perancangan Video Promosi Café OmBewok”*, Padang: Universitas Negeri Padang. Jurnal DEKAVE. ISSN: 2302-3228. Vol 5,
- [5] Tunjungsari, Komang Ratih dan Putu Eka Wirawan, 2017, *“Analysis on Promotion and the Influence of Social Media in Restaurant Industry, Ubud, Bali, Indonesia”*. Bali: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional (STPBI). *International Journal of Research in Social Sciences*, ISSN: 2249-2496, Vol 7, No 5.
- [6] Domingo, A. V, 2018, *“Product, pricing and promotional strategies of Restaurants in Nueva Ecija: An Assessment”*, Philippines: Nueva Ecija University of Science and Technology, *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science (IJAEMS)*, ISSN: 2454-1311, Vol 4, No 11.