

# Media Promosi Berbasis Video Pada Resto Gue BSD

Mulyati\*<sup>1</sup>, Indah Choirunnisa\*<sup>2</sup>, Pahmi Solahudin\*<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Raharja

<sup>2,3</sup> Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja

Email: \*<sup>1</sup>[mulyati@raharja.info](mailto:mulyati@raharja.info), \*<sup>2</sup>[indah.choiru@raharja.info](mailto:indah.choiru@raharja.info), \*<sup>3</sup>[pahmi@raharja.info](mailto:pahmi@raharja.info)

## Abstrak

Wisata kuliner kini semakin populer di kalangan masyarakat umum, khususnya mereka yang mencari destinasi kuliner dengan makanan enak, lokasi yang aman, dan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan. Video sebagai strategi saat menawarkan produk atau layanan untuk meningkatkan komunikasi dan menarik pelanggan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Resto Gue BSD terletak di Pagedangan BSD, Tangerang. Masalahnya, restoran tersebut belum memiliki media video untuk mendukung iklannya. Media periklanan berupa spanduk, brosur, dan vlog konsumen sederhana, yang masih ketinggalan jaman dan tidak efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu restoran dalam memberikan informasi dan penawaran yang lebih lengkap serta update seperti profil, layanan dan fasilitas dengan mempublikasikan restoran melalui YouTube dan Instagram. Metode penelitian adalah pengumpulan data, perencanaan media dengan aplikasi paling andal Adobe Premiere CC 2019, Adobe After Effects CC 2019 dan Konsep Produksi Media (KPM), yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Media video ini memberikan informasi yang lengkap tentang berbagai layanan restoran, sehingga pelanggan, lingkungan, dan penduduk setempat sadar dan tertarik untuk menghadiri atau mengadakan acara dengan harapan dapat meningkatkan citra dan pendapatan restoran.

**Kata Kunci** – Video Promosi, Informasi, Restoran

## Abstract

Culinary tourism is now increasingly popular among the general public, especially those who are looking for a culinary destination with delicious food, a safe location, and facilities that suit their needs. Video as a strategy when offering products or services to improve communication and attract customers to achieve the desired goals. Resto Gue BSD is located in Pagedangan BSD, Tangerang. The problem is, the restaurant does not yet have video media to support its advertisement. Advertising media in the form of banners, brochures and simple consumer vlogs, are still outdated and ineffective. The purpose of this research is to assist restaurants in providing more complete information and offers as well as updates such as profiles, services and facilities by publishing restaurants via YouTube and Instagram. The research method is data collection, media planning with the most reliable applications Adobe Premiere CC 2019, Adobe After Effects CC 2019 and Media Production Concepts (KPM), namely pre-production, production and post-production. This video media provides complete information about various restaurant services, so that customers, the environment, and local residents are aware and interested in attending or holding events with the hope of increasing the restaurant's image and income.

**Keywords** – Promotional Videos, Information, Restaurants

## 1. PENDAHULUAN

Wisata kuliner banyak diminati masyarakat pada tahun ini, apalagi untuk mencari destinasi kuliner dengan makanan yang enak, tempat yang aman. serta mempunyai sarana yang sangat menarik buat berkumpul bersama sahabat ataupun keluarga mempromosikan selaku salah satu wujud strategi membuat sesuatu produk, jasa, ataupun khasiat diketahui oleh warga universal guna tingkatan visibilitas serta energi tarik pelanggan guna penuhi tujuan yang di idamkan.

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual ke pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut <sup>[1]</sup>.

Resto Gue sebuah wisata kuliner yang beralamat di Pagedangan BSD-Tangerang. Resto ini berdiri sejak tahun 2020 yang memiliki kapasitas sebanyak 1.500 orang. Keunggulan yang dimiliki, yaitu restoran dengan konsep natural, yang terdapat lebih dari 75 jenis makanan, 13 jenis cemilan dan 36 minuman yang bervariasi. Adapun fasilitas yang dimiliki bisa dimanfaatkan oleh semua golongan, untuk berbagai acara seperti kumpul keluarga, ulang tahun, pernikahan, meeting dan lainnya.

Permasalahan yang terdapat pada Resto Gue yaitu, Media yang sebelumnya digunakan sebagai promosi antara lain: media cetak seperti spanduk brosur dan media *online* yaitu *youtube* berupa video *vlog* (testimoni). Media adalah suatu alat/ sejenisnya yang dapat dipergunakan sebagai pembawa pesan. <sup>[2]</sup>. hanya memiliki media sosial berupa foto-foto promosi produk dan *event* yang berlangsung di restoran tersebut, serta belum memiliki media video sebagai penunjang promosinya dengan demikian, penyampaian informasi dianggap sangat sederhana dan tidak lengkap serta dianggap kurang menarik secara visual.

Bersumber pada wawancara dengan *stakeholder* kalau jumlah *customer* yang berkunjung ke Resto Gue pada tahun 2020 sebanyak 850 *customer*, tetapi semenjak meningkatnya *pandemic covid- 19* tahun 2021 ini hadapi penyusutan ialah sebanyak 300 *customer*, sebaliknya pihak restoran menginginkan terdapatnya kenaikan jumlah *customer* pada tahun selanjutnya sebanyak 1.500 *customer*, yang didominasi dari daerah spesialnya Tangerang Raya (Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, serta Tangerang Selatan), biasanya dari Jabodetabek.

Bersumber pada analisis kasus diatas, Resto Gue membutuhkan strategi pemasaran dalam wujud video selaku penunjang promosi yang menerangkan secara lengkap ruang lingkup Resto Gue yaitu profil resto, pelayanan, produk santapan serta minuman, sarana, keunggulan yang dipunyai restoran yang dimana media video promosi ini hendak diimplementasikan lewat *youtube* serta media sosial semacam, *instagram*, dan hendak dimanfaatkan dalam aktivitas promosi restoran tersebut.

Dengan terdapatnya media promosi video promosi ini, diharapkan manajemen restoran dapat terbantu dalam memberikan informasi kepada pelanggan dan masyarakat umum tentang apa saja yang ditawarkan di restoran guna meningkatkan trafik pelanggan dan jumlah pengunjung setiap tahunnya.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Metode penelitian

(1) Metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara (*interview*), penelitian kepustakaan, (2) Konsep Produksi Media yaitu: praproduksi, produksi, dan pasca produksi, serta (3) perangkat lunak pendukung perancangan media video perusahaan, seperti *Adobe Premiere CC 2020*, *Adobe After Effects CC 2020*, dan *Adobe Photoshop CC 2020*.

### 2.2. Literature Review

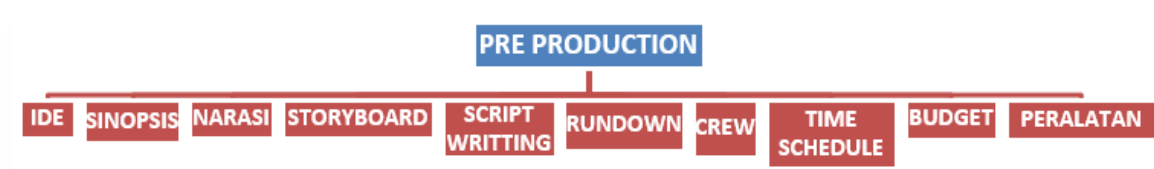
1. Pradana, dkk (2023) dengan judul “*Pemberdayaan Umkm Desa Caturharjo Bantul DIY Melalui Pemasaran Digital, Video Promosi, dan Advertorial Produk UMKM*” Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan suasana desa yang asri dan bebas dari sampah organik. <sup>[3]</sup>
2. Kustanto, dkk (2023) “*Video Promosi Wisata Kuliner Yogyakarta Menggunakan Microdrone*”, Tujuan penelitian ini adalah untuk menyebarkan informasi wisata di Yogyakarta melalui video promosi yang menarik, efektif, dan efisien biaya namun tetap berkualitas <sup>[4]</sup>
3. Febriana, dkk (2023) “*Implementasi Promosi Digital di Giggle Box Cafe and Resto Kota Mataram Untuk Mengedukasi Konsumen*”, Penelitian ini bertujuan promosi yang telah ditetapkan untuk memperkenalkan *Giggle box cafe and resto* secara luas. <sup>[5]</sup>

4. Cahyadi, dkk (2023) “*Video Animasi Guna Promosi Pada PT. Castra Adhi Cemerlang*”, Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan produk atau jasa layanan perusahaan. <sup>[6]</sup>
5. Ysfania, dkk (2023) “*Strategi Komunikasi Pemasaran Resto Matpeci Gourmet & Chill Cikampek Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*”, Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui dan memahami promosi yang dilakukan Restoran Matpeci Gourmet & Chill dalam mendatangkan konsumen, mengetahui dan memahami proses promosi yang dilakukan Restoran Matpeci *Gourmet & Chill* agar konsumen menjadi tertarik, mengetahui dan memahami. <sup>[7]</sup>
6. Aulia dan Eliya Pebriyeni (2023) “*Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi, Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota*”, Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan sebuah media informasi yang mampu mencitrakan kafe dengan baik, agar dapat menjangkau target audience secara luas dengan biaya minim. <sup>[8]</sup>

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. *Preproduction*

Pra produksi dengan beberapa tahapan proses desain video promosi di Resto Gue BSD, yang diawali dengan membuat konsep berupa ide/gagasan, pembuatan sinopsis, menyusun narasi, membuat gambar sketsa (*storyboard*), *script writing*, *rundown*, penyusunan *crew* yang terlibat di dalam proses produksi, membuat *time schedule*, menyusun anggaran/*budget* yang dibutuhkan dan tahapan terakhir yaitu mempersiapkan peralatan yang akan digunakan.



Gambar 1. *Preproduction*

#### 1. Ide atau Gagasan

Ide berupa hasil pemikiran atau konsep orisinal pada proses *pre production*. Ide yang dijadikan konsep kemudian dikembangkan secara maksimal, serta mengumpulkan data-data terkait dengan permasalahannya. Konsep dalam perancangan media *video* menjadi sarana pemasaran dari Resto Gue BSD, yaitu menyampaikan informasi yang meliputi: profil, pelayanan, fasilitas dan keunggulan.

#### 2. Sinopsis

Sinopsis merupakan sebuah cerita yang dijelaskan secara singkat tanpa mengubah unsur terpenting dari cerita yang sudah dirangkum. Dibawah ini adalah sinopsis dari perancangan media *video* menjadi alat promosi pada Resto Gue BSD:

Tabel 1. Sinopsis

Sinopsis
<p>“Resto Gue BSD adalah restoran outdoor dengan bernuansakan konsep natural, yang beralamat di Jl. Kampung Pabuaran, Pagedangan, BSD- Tangerang Selatan, dengan pelayanan yang ramah di Resto Gue ini memiliki beberapa menu unggulan yaitu: Kerapu Bakar Sambal Matah, Udang Rambut Gue, Cumi Lada Hitam, Gurame Goreng Terbang, Buncis Bawang Putih, Tauge Ikan Asin, serta minuman. Resto Gue juga memiliki beberapa fasilitas seperti playground, kolam ikan, mushola, pendopo, saung-saung dan tentunya bisa digunakan dalam berbagai acara, serta customer juga dapat mengadakan event seperti gathering, wedding dan event-event lainnya. Menampilkan testimoni dari para pengunjung Resto Gue, menampilkan alamat serta media sosial Resto Gue BSD.”</p>

### 3. Narasi

Narasi adalah bentuk tulisan yang disusun dengan jelas berdasarkan peristiwa yang terjadi. Dibawah ini adalah narasi dari *video* promosi Resto Gue Bsd:

Tabel 2. Narasi

Narasi
<p>“Resto Gue yang berada di kawasan BSD adalah sebuah Resto/ yang beralamat di jalan Kampung Pabuaran/ Pagedangan/ BSD-Tangerang Selatan// Resto Gue BSD merupakan sebuah tempat makan yang bernuansakan konsep natural/ serta memiliki suasana yang asri di tengah perkotaan// Resto Gue selalu memberikan pelayanan dengan kultur Indonesia yang ramah dan baik/ kepada konsumen yang datang// serta tidak lupa untuk mematuhi protokol kesehatan dengan mencuci tangan/ tempat ini cocok untuk mengajak keluarga/ teman/ maupun relasi bisnis// Dengan makanan dan minuman yang telah disajikan oleh chef profesional// Resto Gue BSD juga memiliki menu unggulan seperti kerapu bakar sambal matah/ udang rambut gue/ cumi lada hitam/ gurame goreng terbang/ buncis bawang putih/ tauge ikan asin serta minuman yang tentunya dapat menyegarkan// Resto Gue BSD juga memiliki beberapa fasilitas yang tentunya dapat dinikmati oleh pengunjung seperti playground/ kolam ikan/ mushola/ pendopo/ saung-saung/ dan area parkir yang luas/ serta dapat mengadakan event seperti/ gathering/ wedding dan event-event lainnya// Jangan lupa ikuti sosial media kita untuk selalu dapetin info promo menarik / tunggu apa lagi? Yuk datang ke Resto Gue Bsd//.</p>

### 4. Storyboard

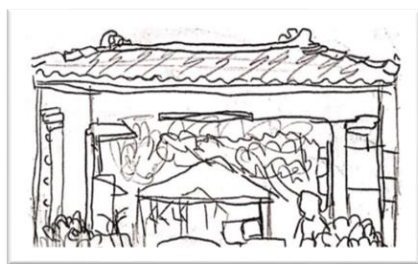
*Storyboard* berupa papan cerita yang berbentuk sketsa gambar untuk menjelaskan alur cerita di garis besarnya saja. *Storyboard* dilakukan agar mempermudah dalam pembuatan media *video* promosi dan proses pengambilan gambar lebih berstruktur. Dibawah ini adalah *storyboard* *video* promosi Resto Gue BSD:



Gambar 2. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo Resto Gue*



Gambar 3. *Scene 2/ EXT / Day / Bird Eye / Menampilkan video Drone*



Gambar 4. *Scene 3/ EXT / Day / Low Angle / Menampilkan video pintu masuk Resto Gue*



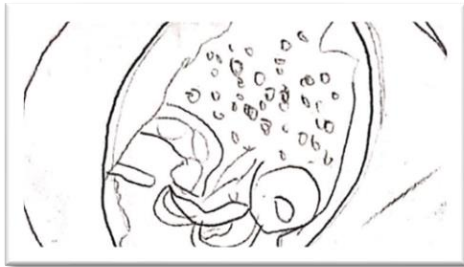
Gambar 5. *Scene 4/ EXT / Day / Over Shoulder / Menampilkan video footage sambutan dari pegawai saat masuk*



Gambar 6. *Scene 5/ EXT / Day / Over Shoulder / Menampilkan video pelayan memberikan buku menu Resto Gue*



Gambar 7. *Scene 6 / INT / Day / Over Shoulder / Menampilkan video footage koki sedang memasak*



Gambar 8. *Scene 7 / EXT / Day / Close Up / Menampilkan video footage makanan*



Gambar 9. *Scene 8 / EXT / Day / Full Shot / Menampilkan video saung-saung Resto Gue*



Gambar 10. *Scene 9/ INT / Day / Full Shot / Menampilkan dokumentasi saat ada event di Resto Gue*



Gambar 11. *Scene 10/ Menampilkan video logo, website, sosial media dan nomor telepon*

## 5. *Script Writing*

*Script Writing* adalah Metode untuk menghasilkan materi baru dengan cepat yang mengubah ide menjadi kompilasi cerita yang menarik. Adapun *script writing* dari perancangan *video* promosi pada Resto Gue BSD yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo Resto Gue	Music
2.	Menampilkan video <i>Drone Footage</i> area Resto Gue	Resto Gue /

3.	Menampilkan video pintu masuk Resto Gue	<i>yang berada di kawasan BSD adalah sebuah Resto/ yang beralamat di Jl. Kampung Pabuaran/ Pagedangan/ BSD-Tangerang Selatan//</i>
4.	Menampilkan video <i>footage</i> sambutan dari pegawai saat masuk	<i>Resto Gue selalu memberikan pelayanan dengan kultur Indonesia yang ramah dan baik/ kepada konsumen yang datang//</i>
5.	Menampilkan video pelayan memberikan buku menu Resto Gue	<i>Music</i>
6.	Menampilkan video <i>footage</i> koki sedang memasak	<i>// Dengan makanan dan minuman yang telah disajikan oleh chef profesional/</i>
7.	Menampilkan video <i>footage</i> makanan	<i>Resto Gue BSD juga memiliki menu unggulan seperti kerapu bakar sambal matah/ udang rambut gue/ cumi lada hitam/ gurame goreng terbang/ buncis bawang putih/ tauge ikan asin/</i>
8.	Menampilkan video saung-saung Resto Gue	<i>Resto Gue BSD juga memiliki beberapa fasilitas yang tentunya dapat dinikmati oleh pengunjung seperti saung-saung/</i>
9.	Menampilkan dokumentasi saat ada event di Resto Gue	<i>serta dapat mengadakan event seperti gathering/ wedding//</i>
10.	Menampilkan video logo, website, sosial media dan nomor telepon	<i>Jangan lupa ikuti sosial media kita untuk selalu dapetin info promo menarik / tunggu apa lagi? Ayo berangkat ke Resto Gue Bsd//</i>

#### 6. Rundown

*Rundown* berupa rangkaian Perencanaan acara berbasis jadwal kegiatan. Adapun susunan *rundown* dari perancangan *video* promosi Resto Gue BSD:

Tabel 4. *Rundown*

No	Scene	Location	Int / Ext	Duration	Description
1.	2	<i>Jalan depan Resto Gue BSD</i>	<i>EXT</i>	<i>00:00:09 - 00:00:15</i>	Menampilkan video <i>Drone Footage</i> area Resto Gue
2.	3	<i>Di depan pintu masuk</i>	<i>EXT</i>	<i>00:00:16 -</i>	Menampilkan video pintu masuk Resto Gue

				00:00:20	
3.	5	<i>Di saung Resto Gue Bsd</i>	<i>EXT</i>	00:00:59 – 00:01:01	Menampilkan video pelayan memberikan buku menu Resto Gue
4.	7	<i>Di Resto Gue Bsd</i>	<i>EXT</i>	00:01:20 – 00:02:01	Menampilkan video <i>footage</i> makanan
5.	8	<i>Di luar saung Resto Gue Bsd</i>	<i>EXT</i>	00:02:37 – 00:02:55	Menampilkan saung-saung Resto Gue
6.	4	<i>Di depan pintu masuk</i>	<i>INT</i>	00:00:42 - 00:00:45	Menampilkan video <i>footage</i> sambutan dari pegawai saat masuk
7.	6	<i>Di dalam dapur Resto Gue Bsd</i>	<i>INT</i>	00:01:13 - 00:01:19	Menampilkan video <i>footage</i> koki sedang memasak
8.	9	<i>Resto Gue</i>	<i>INT</i>	00:03:14 – 00:03:26	Menampilkan dokumentasi saat ada <i>event</i> di Resto Gue

#### 7. Penyusunan Crew

Teknik penusunan *video* promosi Resto Gue BSD ini membutuhkan adanya pembentukan *crew*, agar lebih mempermudah pada saat proses produksi. *Crew* produksi antara lain sutradara, *cameraman*, *asisten cameraman*, *Pilot Drone*, *script writer*, *editor*, *dubber* dan *talent*. Dibawah ini adalah *crew* yang berperan serta mengikuti proses video promosi ini:

Tabel 5. Susunan Crew

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Indah Choirunnisa
2.	<i>Cameraman</i>	Indah Choirunnisa
3.	<i>Asisten cameraman</i>	Rizky Ramadhan
4.	<i>Pilot Drone</i>	Muhamad Ilyas
5.	<i>Script Writer</i>	Indah Choirunnisa
6.	<i>Editor</i>	Indah Choirunnisa
7.	<i>Dubber</i>	Indah Choirunnisa
8.	<i>Talent</i>	Dwi Bagus Rifa'i Vivi Dwi Febi Arista

#### 8. Time Schedule

*Time Schedule* dengan merencanakan dan menyusun jadwal serta waktu yang dibutuhkan dalam produksi video, untuk menyelesaikan produksi sesuai yang di jadwalkan. Dibawah ini adalah *time schedule* perancangan video promosi Resto Gue BSD:

Tabel 6. *Time Schedule*

Tahapan		Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Ags 2022
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
Pre production	Pengajuan Observasi			■																		
	Pengumpulan Data				■																	
	Analisis Data				■																	
	Ide/Gagasan				■																	
	Sinopsis/Cerita					■																
	Narasi					■																
	Storyboard						■															
	Script Writing						■															
	Rundown							■														
	Penyusunan Crew								■													
	Time Schedule									■												
	Anggaran/Budget										■											
	Peralatan											■										
Production	Perencanaan Multimedia										■											
	Perencanaan Audio										■											
	Perencanaan Visual										■	■										
	Perencanaan Broadcasting												■									
Post Production	Digitizing																					
	Editing																					
	Mixing																					
	Finishing																					
	Exporting																					
	Segmen Pasar																					

9. *Budget Produksi Media*

Anggaran/*budget* adalah proses memperhitungkan pengeluaran selama produksi berlangsung yang sudah di rangkap dan dipertimbangkan secara berulang. Berikut biaya yang dibelanjakan selama proses penyusunan *video* promosi Resto Gue BSD:

Tabel 7. *Budget Produksi Media*

No	Alat Produksi	Keterangan	Hari	Jumlah	Biaya Produksi
1.	Survey Lokasi dan observasi	-	5	-	@Rp. 100.000 Rp. 100.000 x 5 Hari = Rp. 500.000
2.	Kamera Sony A6000	Sewa	1	1	Rp. 600.000

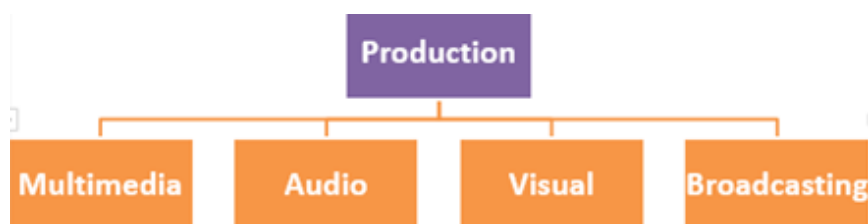
3	Camera Sony A7 Mark III	Sewa	1	1	Rp. 600.000
4.	Lensa Sony 16mm	Sewa (include kamera)	1	1	-
5.	Lensa Sony 35mm	Sewa (include kamera)	1	1	-
6.	Dji Spark Quadcopter Drone	Sewa	1	1	Rp. 500.000
7.	Gimbal Moza air	Sewa (include Drone)	1	1	-
8.	Gimbal Zhiyun Crane 2	Sewa (include Drone)	1	1	-
9.	Memory Sandisk 32gb	Milik Pribadi	1	1	-
10.	DVD + Label + Casing	Beli	-	4	@Rp. 15.000 Rp. 15.000 x 4 pcs = Rp. 60.000
11.	Transportasi Mobil (Bensin)	Beli	5	1	Rp. 250.000
12.	Handphone	Milik Pribadi	2	1	-
13.	Konsumsi	Beli	1	5 Orang	Rp. 600.000
14.	Wifi	Sewa	6 bulan	1	6 x @Rp. 370.000 = Rp. 2.220.000
15.	Personal Computer	Milik Pribadi	212	1	-
<b>Total</b>					<b>Rp.5.330.000</b>

### 10. Peralatan

Pembuatan video promosi ini menggunakan perangkat pendukung seperti, *Camera Sony A6000, Camera Sony A7 Mark, Dji Spark Quadcopter Drone, Memory Sandisk 32 Gb, Lensa Sony 16mm , Lensa Sony 35mm, Gimbal Moza air, Gimbal Ziyun Crane 2, DVD, Handphone, Personal Computer, Adobe Photoshop CC 2020, Adobe After Effect CC 2020 dan Adobe Premiere CC 2020.*

### 3.2. Production

Produksi adalah tahap dimana pengambilan gambar yang direncanakan pada tahap sebelumnya dilakukan secara kolaboratif agar pengambilan gambar dan video mencapai hasil yang maksimal. Berikut langkah-langkah pembuatannya:



Gambar 12. Production

1. Perancangan Multimedia

Perancangan media *video* promosi pada Resto Gue BSD, program yang dipakai diantaranya, *Adobe Premiere CC 2019* dan *Adobe After effects CC 2019*. Adapun *video* promosi ini terdapat 3 tingkatan program multimedia, yaitu:

- a. *Text* yang dipakai dalam media *video* promosi Resto Gue BSD menggunakan *font Calibri, Arial, Agency FB, Mountain Bridge dan Century Gothic*.
- b. Format *picture video* promosi ini juga terdapat logo Resto Gue BSD dan foto *event* dalam bentuk *.png*, dan tampilan *video* dalam bentuk *MP4*.  
*Sound* yang dipakai dalam *video* promosi ini : *voice over* dan *backsound music* “*Corporate Rhythm – Royalty Free\_Music Licensing*” yang bersumber dari *Youtube*.

2. Perancangan Audio

- a. Media *video* promosi Resto Gue BSD menggunakan *Backsound* “*Corporate Rhythm – Royalty Free\_Music Licensing*” yang bersumber dari *Youtube*.
- b. Adapun *Voice Over* yang dipakai adalah rekaman suara yang menjelaskan ruang lingkup Resto Gue BSD.

3. Perancangan visual

Perencanaan *visual* ialah perencanaan gambar atau visualisasi dari *video* yang memberikan kesan menarik dalam *video* yang akan ditampilkan. Perencanaan *visual* dalam *video* promosi ini, dipakai sebagai daya tarik promosi pada Resto Gue BSD.

4. Perancangan *Broadcasting*

Perencanaan *broadcasting* terdapat tiga perspektif ialah :

- a. Dalam perancangan *video* promosi Resto Gue BSD ini mempunyai tujuan *Broadcasting*, yang diharapkan dapat membantu pihak Resto Gue BSD.
- b. Strategi *Broadcasting* yang dipakai untuk memberikan informasi dan mempromosikan Resto Gue BSD dilakukan dengan cara membagikannya di *Youtube, Instagram* serta akan terus digunakan dalam kegiatan promosi Resto Gue BSD kedepannya.
- c. Program *Broadcasting* ini dengan mendistribusikan hasil dari perancangan media *video* promosi Resto Gue BSD untuk calon *customer*, relasi dan masyarakat luas melalui berbagai media sosial yang dimiliki oleh Resto.

**Program Visual**

Saat merancang media *video* promosi ini, dibuat menggunakan *software Adobe Premiere CC 2019* dan *Adobe After Effects CC 2019*, berikut adalah visualisasi dari *video* promosi Resto Gue BSD.



Gambar 13. *Scene 1/ Video bumper* logo Resto Gue BSD



Gambar 14. *Scene 2/ EXT / Day / Bird Eye /* Menampilkan *video Drone*



Gambar 15. *Scene 3/ EXT / Day / Low Angle /*  
Menampilkan video pintu masuk Resto Gue



Gambar 16. *Scene 4/ EXT / Day / Over Shoulder /*  
Menampilkan video footage sambutan dari pegawai saat masuk



Gambar 17. *Scene 5/ EXT / Day / Over Shoulder /*  
Menampilkan video pelayan memberikan buku menu Resto Gue



Gambar 18. *Scene 6 / INT / Day / Over Shoulder /*  
Menampilkan video footage koki sedang memasak



Gambar 19. *Scene 7 / EXT / Day / Close Up*  
Menampilkan video footage makanan



Gambar 20. *Scene 8 / EXT / Day / Full Shot /*  
Menampilkan video saung-saung Resto Gue



Gambar 21. *Scene 9/ INT / Day / Full Shot /*  
Menampilkan dokumentasi saat ada event di Resto Gue



Gambar 22. *Scene 10/* Menampilkan video logo, website, sosial media dan nomor telepon

### 3.3. Post Production

*Post Production* merupakan tahapan akhir dari seluruh perancangan video *company profile* dimana dalam pengerjaan *post production* ini memerlukan *software editing* untuk menyatukan hasil dari proses *production*.



Gambar 23. *Post Production*

1. *Digitizing*  
*Digitizing* adalah proses perpindahan data dari hasil *shooting* dan dilanjutkan ke tahap editing. Tahapan ini berguna untuk mencegah adanya file video yang hilang atau terjadinya *memory card* yang rusak.
2. *Editing*  
Tahap editing dilakukan setelah tahap *digitizing* yang merupakan proses penggabungan video dan disusun yang nantinya akan membentuk sebuah video yang sempurna dan memikat untuk dilihat. Pada tahapan editing ini memakai *software Adobe Premiere CC 2019*.
3. *Mixing*  
*Mixing* adalah tahap penggabungan video dengan *backsound* dan *voice over*. Pada tahap *mixing* harus ditampilkan dengan jelas, agar *audiens* dapat menerima informasi yang diberikan. *Software* yang digunakan adalah *Adobe Premiere CC 2019*.
4. *Finishing*  
Pada tahap *finishing* ini adalah proses penyelesaian akhir, dari penggabungan video yang telah dibuat agar lebih diperhatikan lagi secara keseluruhan seperti video, gambar, audio, *text* dan *visual effect* yang telah disusun sesuai dengan konsep.
5. *Exporting*  
*Exporting* ini adalah tahap akhir dari pengeditan di mana *file* proyek dikonversi ke format video sehingga menghasilkan video berkualitas tinggi. Video tersebut diekspor dengan *software Adobe Premiere CC 2019* dalam kualitas *Full HD 1920x1080 pixel*, setelah itu hasil *rendering* diimplementasikan di *YouTube dan Instagram Resto Gue BSD*.
6. Segmen Pasar  
Pada fase segmentasi pasar ini, target pasar akan menjangkau jangkauan yang luas terutama wilayah Tangerang dan Jabodetabek, serta dapat menjangkau wilayah yang lebih luas di seluruh Indonesia (domestik) dan internasional, serta diharapkan lebih menarik bagi calon konsumen. Hubungan dan Promosi ini dapat membantu restoran memenuhi target 1500 pelanggan atau berencana mengadakan acara di Resto Gue BSD untuk tahun mendatang.

## 4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari rumusan masalah berdasarkan analisis yang dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain, Konsep video promosi yang dapat memikat minat *customer* relasi dan masyarakat pada Resto Gue Bsd yaitu dengan konsep video yang kreatif dan informatif dengan menampilkan audio yaitu *voice over* dan *backsound* music, tampilan visual berkualitas *HD*, serta terdapat *visual effect*, sehingga menjadi daya tarik promosi untuk calon

*customer*, relasi dan masyarakat untuk berkunjung maupun mengadakan *event* di tempat tersebut. Strategi promosi yang dilakukan Resto Gue Bsd dalam memperluas jangkauan pemasaran yaitu merancang media video promosi dengan informasi yang lebih lengkap, update dan menarik mengenai profil resto, pelayanan, produk makanan dan minuman, fasilitas, keunggulan yang dimiliki restoran, yang akan diimplementasikan melalui *channel youtube* “Resto Gue Bsd” dan sosial media *Instagram* “@restogue” sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran yang lebih luas lagi. Target yang ingin dicapai oleh Resto Gue Bsd melalui video promosi ini adalah memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan, karyawan, dan masyarakat umum untuk terlibat dalam percakapan atau berpartisipasi dalam suatu acara. Diharapkan pula melalui video ini, Resto Gue Bsd dapat menaikkan penjualan restoran per tahunnya dan semakin dikenal sebagai restoran yang luas.

## 5. SARAN

Beberapa saran untuk membuat sumber promosi yang lebih baik untuk Resto Gue BSD, terus mengembangkan konsep video promosi yang lebih menarik dan kreatif dan selalu memperbarui informasi yang sesuai, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mencegah penurunan penjualan di kemudian hari, misalnya: dengan lebih aktif melakukan promosi dan memberikan bonus atau diskon, atau menambah variasi hidangan baru untuk meningkatkan minat konsumen, selain itu lebih mengimplementasikan iklan ini melalui saluran *YouTube* dan media sosial (*Instagram*) agar lebih dikenal oleh masyarakat umum melalui iklan ini dan dapat membantu meningkatkan jumlah pelanggan setiap tahun.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amanda, 2023, “Promosi Media Online (Media Sosial) Menjadi Solusi Terbaik Masa Pandemi.” *ADVIS (Journal of Advertising)*, Vol. 1, No. 2: 1-9.
- [2] Eddison, Ahmad, Hariyanti Hariyanti, and Hambali Hambali, 2023, “Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Pancasila Pada Guru MGMP PPKN SMA/SMK.” *JCES (Journal of Character Education Society)*, Vol. 6, No. 1: 67-76.
- [3] Pradana, Handrio Adhi, Bagus Panuntun, and Dwiprptono Agus Harjito, 2023, “Pemberdayaan Umkm Desa Caturharjo Bantul DIY Melalui Pemasaran Digital, Video Promosi, dan Advertorial Produk UMKM.” *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.4, No. 1: 500-508.
- [4] Kustanto, Lilik, Agustinus Dwi Nugroho, and Jj Al-Desafinadha. "Video Promosi Wisata Kuliner Yogyakarta Menggunakan Microdrone." *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* 19, no. 1 (2023): 71-82.
- [5] Febriana, Widia, Juliana Palit, and Lalu Yayan Ardiansyah, 2023, “Implementasi Promosi Digital di Giggle Box Cafe and Resto Kota Mataram Untuk Mengedukasi Konsumen.” *Jurnal Bisnis Digital*, Vol.1, No. 1: 1-10.
- [6] Cahyadi, Dede, Wahyu Hidayat, and Erfian Yuda Adji Purnomo. 2023. “Video Animasi Guna Promosi Pada PT. Castra Adhi Cemerlang”. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, Vol. 4, No.1: 113-24.
- [7] Ysfania, Mayasari and Ana Fitriana Poerana. 2023, “Strategi Komunikasi Pemasaran Resto Matpeci Gourmet & Chill Cikampek Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.” *YUME: Journal of Management*, Vol. 6, No. 1: 671-679.
- [8] Aulia, Wahyu, and Eliya Pebriyeni, 2023, “Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi, Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota.” *Journal on Education*, Vol.5, No. 2: 5034-5044.