
Media Video Sebagai Sarana Informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Pada Diskominfo Kota Tangerang

Lusyani Sunarya ^{*1}, Syahrul Maulana Ashari ², Ahmat Ubai Dillah ³, Danang Rifai ⁴
^{*1,2,3} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Raharja Tangerang, Indonesia
Email: ^{*1} lusyani@raharja.info, ² syahrul.maulana@raharja.info,
³ ahmat.ubai@raharja.info, ⁴ danang.rifai@raharja.info

Abstrak

Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang menghadapi tantangan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat di tengah perkembangan teknologi informasi. Meskipun mereka menggunakan Instagram sebagai saluran komunikasi, namun terdapat kesenjangan dalam memberikan informasi komprehensif tentang profil dan kegiatan Rumah KIM. Kajian ini menyoroti permasalahan tersebut dan berupaya memberikan solusi dengan mengonseptualisasikan media video sebagai sarana penyampaian informasi. Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, dimana disimpulkan bahwa penggunaan media video bisa menjadi solusi yang efektif. Kami berharap media tersebut dapat diimplementasikan melalui platform YouTube dan Instagram serta dapat diakses oleh setiap keluarga KIM di Kota Tangerang. Metode penelitiannya yaitu pengumpulan data, perancangan media dengan Adobe Premiere pro CC 2020 dan Adobe Photoshop CC 2020, dan Konsep Produksi Media yaitu pre production, production dan post production. Melalui media video informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat dapat membantu Diskominfo Kota Tangerang, dalam menyampaikan informasi secara lebih lengkap, menarik, up to date, dikenal dan bermanfaat bagi masyarakat Kota Tangerang.

Kata Kunci – Media Video, Informasi, Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)

Abstract

Home Community Information Group (KIM): The Tangerang City Communication and Informatics Service faces challenges in disseminating information to the public amidst developments in information technology. Even though they use Instagram as a communication channel, there is a gap in providing comprehensive information about Rumah Kim's profile and activities. This study highlights these problems and attempts to provide solutions by conceptualizing video media as a means of conveying information. Through an interview with Mrs. Fitri Yulia Firdaus, S.Si., a public relations expert and deputy coordinator of Rumah KIM Tangerang City, he concluded that the use of video media could be an effective solution. We hope that this media can be implemented through the YouTube and Instagram platforms and can be accessed by every KIM family in Tangerang City. The research methods are data collection, media design using Adobe Premiere Pro CC 2020 and Adobe Photoshop CC 2020, and media production concepts, namely pre-production, production, and post-production. Through information video media, the Community Information Group House can help the Tangerang City Communication and Information Department convey information in a more complete, interesting, up-to-date, well-known, and useful manner for the people of Tangerang City.

Keywords – Media Video, Information, Home Public Information Group (KIM)

1. PENDAHULUAN

Meningkatnya teknologi informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap seluruh masyarakat dengan dampak positif maupun negative, seperti yang dilakukan oleh Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, yang menggunakan *platform* media sosial seperti *Instagram* untuk menyebarkan informasi. Hal ini dilakukan karena mudahnya masyarakat mendapatkan akses informasi melalui media sosial tersebut. Salah satu bentuk media informasi yang berkembang dan dibutuhkan untuk penyampaian sebuah informasi yaitu video, video merupakan media elektronik yang dapat menggabungkan teknologi visual dan audio secara bersamaan untuk menghasilkan tayangan yang menarik dan dinamis.^[1] KIM adalah salah satu organisasi yang membutuhkan media video untuk menyampaikan informasi. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) adalah kelompok orang yang mandiri dan kreatif yang bekerjasama untuk mengelola informasi dan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan nilai tambah dari informasi.^[2] Dengan serangkaian kegiatan dari Rumah KIM senantiasa dapat membantu pemerintah dalam menjalankan programnya dan menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang dinaungi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang ini, sudah memiliki 90 cabang Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dari total 104 Kelurahan dan 13 Kecamatan yang tersebar di Kota Tangerang, dan berkantor pusat di Pusat Pemerintahan Kota Tangerang.



Gambar 1. Penyebaran anggota KIM

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pranata Humas dan Sub Koordinator Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang, bahwa saat ini informasi yang didistribusikan oleh Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang hanyalah informasi singkat dan dokumentasi kegiatan yang di distribusikan melalui *website* dan *instagram*, dan belum memiliki profil KIM, sehingga masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui apa itu KIM, hal ini terjadi karena penyebaran informasi mengenai KIM yang masih sedikit. Informasi adalah rangkaian data yang telah diklasifikasikan, diproses, atau ditafsirkan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan.^[3]

Solusi untuk masalah di atas adalah dengan membuat media video untuk menginformasikan Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Ini akan dilakukan melalui *YouTube* dan *Instagram*, serta di informasikan di semua KIM yang tersebar di Kota Tangerang.

Sebagai sarana informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang berada di bawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, media informasi berbasis audio visual ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang profil dan kegiatan KIM yang dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat Kota Tangerang.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode penelitian

(1) Pengumpulan Data yaitu Observasi, Wawancara, Studi pustaka, (2) Konsep Produksi Media: pra produksi, produksi, dan pasca produksi serta (3) Perancangan media menggunakan *software* seperti *Adobe Photoshop CC 2020* dan *Adobe Premiere CC 2020*.

2.2. Literature Review

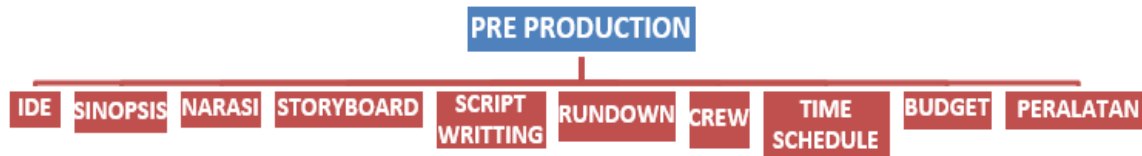
1. Elyanto, dkk. 2024. “Perancangan Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dan Media Promosi di Graha Kita 18”. 2024. Tujuan yang ingin dicapai untuk dapat terhubung antara perusahaan dan pelanggan, serta membantu perusahaan dalam melakukan strategi pemasarannya. ^[4]
2. Sunarya, dkk. 2024. “Media Informasi Berbasis Video UPT PPTP Pada Dinas Perhubungan Kota Tangerang”, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi terbaru tentang UPT PPTP. ^[5]
3. Tantika, dkk. 2024. “Efektivitas Penggunaan YouTube Shorts Dalam Penyebaran Informasi (Studi Kasus: Pada Akun Pojok History)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan *YouTube Shorts* pada akun *pojok history* untuk menyebarkan informasi. ^[6]
4. Nadhifa, dkk. 2024. “Peran Akun Instagram @Unida_Bogor Sebagai Sarana Informasi dan Komunikasi Mahasiswa”. Mengatasi mental health terdampak COVID-19. Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun *Instagram @unida_bogor* berfungsi untuk mendapatkan data pengikut Universitas Djuanda Bogor. ^[7]
5. Putri, dkk. 2024. “Peran Pojoksatu.id dalam Menyebarkan Informasi (Studi Kasus: Media Sosial Tiktok, Instagram dan Facebook)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengubah konten *Pojoksatu.id* sesuai dengan tren saat ini, menciptakan kehadiran yang kuat, dan mendapatkan audiens yang luas dengan memahami fitur masing-masing media *203social*. ^[8]
6. Ilham, dkk (2024). “Pra Tes Informasi, Edukasi dan Komunikasi Melalui Media Video Pencegahan COVID-19 pada Mahasiswa Kesehatan dan Non Kesehatan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana media *203social* mempengaruhi aspek spiritual mahasiswa Sistem Informasi ITS. ^[9]

Berdasarkan literature review di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Informasi tidak hanya merupakan alat untuk mendapatkan pengetahuan, tetapi juga memengaruhi pengambilan keputusan, perilaku, dan interaksi sosial. Dalam era digital saat ini, informasi dapat dengan mudah diakses melalui berbagai platform online, keberadaan informasi yang berlebihan juga dapat menyebabkan kebingungan dan kesulitan dalam memilah-milah informasi yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pre Production

Pre Production adalah tahapan awal yang dimulai dengan mengumpulkan informasi tentang produksi. Terdapat sepuluh langkah dalam praproduksi, dimulai dengan ide atau gagasan cerita, sinopsis, dan narasi untuk menunjukkan jalan cerita. Selanjutnya, tahapan *storyboard*, menulis skenario atau *script writing*, *rundown*, penyusunan kru, jadwal produksi, biaya produksi, dan mempersiapkan peralatan. ^[10]



Gambar 2. *Preproduction*

1. Ide atau Gagasan

Ide atau gagasan dibutuhkan sebelum proses produksi pembuatan video informasi ini dimulai. Konsep video didapatkan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari pihak *stakeholder* melalui proses observasi maupun tanya jawab, terkait permasalahan penelitian yang terdapat pada Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang, yang akan menyampaikan informasi tentang profil, manfaat, program kerja, pelayanan, fasilitas, kegiatan, prestasi, dan relasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang. Video informasi ini berbasis audio visual dirancang dengan konsep yang kreatif serta menarik secara visualisasi dengan didukung dengan *visual effect*, menggunakan *background* serta *dubbing* untuk menyampaikan informasi yang jelas dan *up to date*, sehingga masyarakat luas dapat dengan mudah mengetahui informasi terbaru dan tertarik untuk mengenal Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang.

2. Sinopsis

Sinopsis adalah ringkasan atau garis besar dari alur cerita agar dapat menggambarkan ide yang akan dibuat, merangkai masalah dari awal hingga akhir, dan menggabungkan ide-ide dalam paragraf yang dapat menggambarkan alur cerita. ^[11] Berikut adalah sinopsis dari Video Informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang:

Tabel 1. Sinopsis

Sinopsis
<p><i>“Diawali dengan menampilkan bumper opening logo Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dan Diskominfo Kota Tangerang. Menampilkan footage drone masjid Al Az’hom Kota Tangerang, menampilkan footage drone bangunan Pusat Pemerintahan Kota Tangerang, menampilkan footage jalanan dan masyarakat sebagai opening video. Menampilkan footage video Rapat Koordinasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang seperti profil, struktur, manfaat, program kerja, pelayanan, fasilitas, kegiatan, prestasi dan relasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang. Selanjutnya menampilkan motion graphic penyebaran informasi dari Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Pendapat masyarakat, lalu ditutup dengan logo serta media sosial Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dan Diskominfo Kota Tangerang”</i></p>

3. Narasi

Narasi adalah penjelasan atau informasi yang disampaikan dalam video yang terdiri dari teks yang dibacakan dengan suara. Pengisi suara diperlukan untuk menyampaikan informasi dengan jelas. ^[12] Berikut narasi dari video informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Diskominfo Kota Tangerang:

Tabel 2. Narasi

Narasi
<p><i>Penyebarluasan informasi menggunakan teknologi digital di Indonesia kini sudah sangat berkembang pesat// Salah satunya adalah penggunaan teknologi digital informasi// Kemenkominfo Republik Indonesia mengeluarkan program Kelompok Informasi Masyarakat yang wajib diadopsi oleh Pemerintah Kota dan Kabupaten yang ada di seluruh Indonesia// Salah satu fungsinya adalah</i></p>

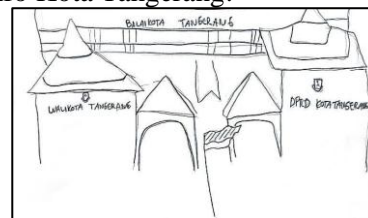
penyebarluasan informasi dari pemerintah ke masyarakat/ dan dari masyarakat ke pemerintah// Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang dibentuk sejak tahun dua ribu dua puluh satu/ di bawah naungan Diskominfo Kota Tangerang// Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia nomor delapan/ tahun dua ribu sepuluh/ menjadi payung hukum pembentukan KIM di seluruh wilayah di Indonesia// Tentang pengembangan dan pemberdayaan lembaga komunikasi sosial/ yang berisikan/ Lembaga Komunikasi Perdesaan adalah Kelompok Informasi Masyarakat atau kelompok sejenis lainnya disingkat (KIM)/ yang dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat/ dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif /yang aktivitasnya melakukan kegiatan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah wawasan informasi// Guna memperkuat kelembagaan tersebut/ Wali Kota Tangerang Haji Arief R Wismansyah mengukuhkan Yahya Suhada selaku ketua KIM tingkat Kota Tangerang Desember dua ribu dua puluh satu lalu// Hingga saat ini sudah ada sembilan puluh satu Kelompok Informasi Masyarakat yang tersebar di seratus empat Kelurahan/ dan tiga belas Kecamatan di Kota Tangerang// Program kerja serta kegiatan KIM ini/ sangat bermanfaat bagi masyarakat di Kota Tangerang dalam penyebarluasan informasi// Tiap KIM yang tersebar di seluruh Kota Tangerang dinaungi langsung oleh Lurah dan Camat yang nantinya akan berkoordinasi langsung dengan pengurus KIM cabang tersebut// KIM Kota Tangerang juga memiliki beberapa kegiatan serta program yang berdampak baik dengan masyarakat langsung// diantaranya/ KIM festival yang memacu kreativitas dan inovasi antar KIM/ Pendampingan KIM dengan Kampus di Kota Tangerang yang terjun langsung ke masyarakat// hingga saat ini masih ada banyak kegiatan serta program bermanfaat lainnya yang dilaksanakan setiap tahunnya// Kini KIM Kota Tangerang merupakan kegiatan pemerintah yang berdampak langsung ke masyarakat dan sangat berdampak dalam hal penyebarluasan informasi// Dari masyarakat ke pemerintah/ dan dari pemerintah ke masyarakat// Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang juga merupakan KIM yang paling aktif/ dari segi kegiatan maupun programnya dalam tingkatan provinsi Banten/ juga KIM dengan segudang prestasi yang tersebar di tiap KIMnya// Dalam hal ini/ Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang memiliki jalinan relasi dengan beberapa Universitas ternama di Kota Tangerang dan daerah sekitarnya bekerjasama terjun langsung ke masyarakat dalam program Pendampingan KIM// Diantaranya/ Universitas Buddhi Dharma/ Universitas Islam Syekh Yusuf/ Universitas Raharja/ Universitas Budi Luhur dan/ Binus University// Kehadiran Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang dapat diterima baik oleh masyarakat/ semoga program ini terus membawakan kebaikan serta keberkahan untuk warga Kota Tangerang//”

4. Storyboard

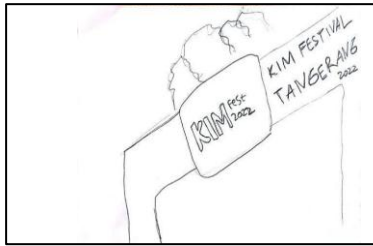
Storyboard merupakan sebuah deskripsi dari setiap *scene* yang bertujuan untuk menjelaskan/ menggambarkan objek multimedia dan perilakuan dengan jelas ^[13]. Berikut ini Storyboard yang digambarkan berdasarkan alur cerita yang dirancang pada Video Informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang:



Gambar 3. Scene 1/ Menampilkan bumper opening logo Diskominfo serta Logo Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang



Gambar 4. Scene 2/ Ext/ Day/ Bird Eye/ Menampilkan footage drone Gedung Pusat Pemerintahan Kota Tangerang



Gambar 5. *Scene 3/ Ext/ Day/ Low Angle/ Menampilkan footage Panggung KIM Festival 2022*



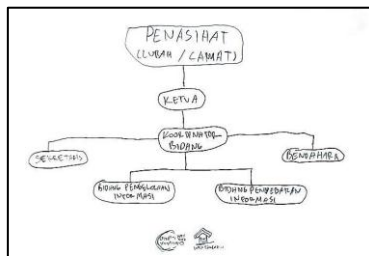
Gambar 6. *Scene 4/ Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan footage Rapat Koordinasi Rumah KIM Kota Tangerang*



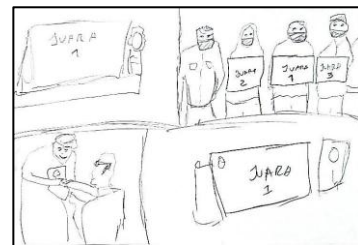
Gambar 7. *Scene 5 / Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan footage wawancara Ketua FK KIM Kota Tangerang*



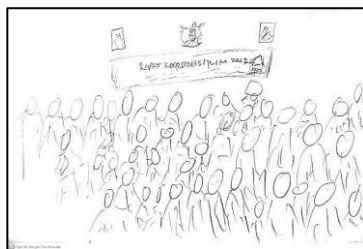
Gambar 8. *Scene 6/ Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan footage Pengukuhan FK KIM Kota Tangerang tahun 2021*



Gambar 9. *Scene 7/ Menampilkan video motion graphic struktur Kelompok Informasi Masyarakat di Kota Tangerang*



Gambar 10. *Scene 8/ Ext/Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan beberapa footage Prestasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang*



Gambar 11. *Scene 9/ Int/ Day/ Full Shoot/ Menampilkan footage anggota KIM untuk closing video*



Gambar 12. *Scene 10/ Menampilkan closing bumper logo serta sosial media Diskominfo dan Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang (closing)*

5. *Script Writing*

Script Writing adalah penulisan urutan dialog audio yang dimaksudkan untuk menyelesaikan alur video. Berikut ini adalah *Script writing* video informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang:

Tabel 3. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo Diskominfo serta Logo Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang	<i>Sound effect</i>
2.	Menampilkan <i>footage drone</i> Gedung pusat pemerintahan Kota Tangerang	<i>Music</i>
3.	Menampilkan <i>footage</i> panggung Kim Festival 2022	<i>Music</i>
4.	Menampilkan <i>footage</i> Rapat Koordinasi Rumah KIM Kota Tangerang	Penyebarluasan informasi menggunakan teknologi digital di Indonesia kini sudah sangat berkembang pesat// Salah satunya adalah penggunaan teknologi digital informasi// Kemenkominfo Republik Indonesia mengeluarkan program “Kelompok Informasi Masyarakat” yang wajib diadopsi oleh Pemerintah Kota dan Kabupaten yang ada di seluruh Indonesia// Salah satu fungsinya adalah penyebarluasan informasi dari pemerintah ke masyarakat/ dan dari masyarakat ke pemerintah// Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang dibentuk sejak tahun dua ribu dua puluh satu/ di bawah naungan Diskominfo Kota Tangerang// Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia nomor delapan/ tahun dua ribu sepuluh/ menjadi payung hukum pembentukan KIM di seluruh wilayah di Indonesia//
5.	Menampilkan <i>footage</i> Pengukuhan FK KIM Kota Tangerang tahun 2021	Tentang pengembangan dan pemberdayaan lembaga komunikasi sosial, yang berisikan/ Lembaga Komunikasi Pedesaan adalah Kelompok Informasi Masyarakat atau kelompok sejenis lainnya disingkat (KIM)/ yang dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat/ dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif// Yang aktivitasnya melakukan kegiatan Pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah wawasan informasi// Guna memperkuat kelembagaan tersebut/ Walikota Tangerang Haji Arief R Wismansyah mengukuhkan Yahya Suhada selaku ketua KIM tingkat Kota Tangerang Desember dua ribu dua puluh satu lalu//

6.	Menampilkan <i>footage</i> wawancara Ketua FK KIM Kota Tangerang	<i>Music dan Audio Video. Hingga saat ini sudah ada sembilan puluh satu Kelompok Informasi Masyarakat yang tersebar di seratus empat Kelurahan/ dan tiga belas Kecamatan di Kota Tangerang// Program kerja serta kegiatan KIM ini/ sangat bermanfaat bagi masyarakat di Kota Tangerang dalam penyebarluasan informasi//</i>
7.	Menampilkan video <i>motion graphic</i> struktur Kelompok Informasi Masyarakat di Kota Tangerang	<i>Tiap KIM yang tersebar di seluruh Kota Tangerang dinaungi langsung oleh Lurah dan Camat yang nantinya akan berkoordinasi langsung dengan pengurus KIM cabang tersebut// KIM festival yang memacu kreativitas dan inovasi antar KIM//</i>
8.	Menampilkan beberapa <i>footage</i> Prestasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang	<i>Pendampingan KIM dengan Kampus di Kota Tangerang yang terjun langsung ke masyarakat// Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang juga merupakan KIM yang paling aktif/ dari segi kegiatan maupun programnya dalam tingkatan provinsi Banten/ juga KIM dengan segudang prestasi yang tersebar di tiap KIMnya// Dalam hal ini/ Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang memiliki jalinan relasi dengan beberapa Universitas ternama di Kota Tangerang dan daerah sekitarnya bekerjasama terjun langsung ke masyarakat dalam program Pendampingan KIM// Diantaranya/ Universitas Buddhi Dharma/ Universitas Islam Syekh Yusuf/ Universitas Raharja/ Universitas Budi Luhur dan/ Binus University//</i>
9.	Menampilkan <i>footage</i> anggota KIM untuk <i>closing</i> video	<i>Kehadiran Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang dapat diterima baik oleh masyarakat/ semoga program ini terus membawakan kebaikan serta keberkahan untuk warga Kota Tangerang// Music dan Audio Video</i>
10.	Menampilkan <i>closing bumper</i> logo serta social media Diskominfo dan Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang(<i>closing</i>)	<i>Music</i>

6. *Rundown*

Menjelaskan proses pengambilan gambar dan pengeditan untuk setiap adegan, menjelaskan struktur atau urutan cerita yang terdapat dalam karya naratif. ^[14] Berikut adalah *rundown* dari video informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang:

Tabel 4. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	INT/ EXT/ ANIMASI	Description
1.	1	-	00:00:00- 00:00:11	Animasi	Menampilkan <i>bumper opening</i> logo Diskominfo serta Logo Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang
2.	7	-	00:03:16- 00:03:23	Animasi	Menampilkan video <i>motion graphic</i> struktur Kelompok Informasi Masyarakat di Kota Tangerang
3.	10	-	00:05:38- 00:05:53	Animasi	Menampilkan <i>closing bumper</i> logo serta social media Diskominfo dan Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang(<i>closing</i>)
4.	2	Gedung pusat pemerintahan Kota Tangerang	00:00:22- 00:00:25	EXT	Menampilkan <i>footage drone</i> Gedung pusat pemerintahan Kota Tangerang
5.	3	Lapangan Ahmad Yani Kota Tangerang	00:00:26- 00:00:28	EXT	Menampilkan <i>footage</i> panggung Kim Festival 2022
6.	8	Lapangan Ahmad Yani dan Aula Gedung Pusat Pemerintahan Kota Tangerang	00:03:25- 00:04:52	EXT dan INT	Menampilkan beberapa <i>footage</i> Prestasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang
7.	4	Kantor Diskominfo Kota Tangerang	00:00:33- 00:00:53	INT	Menampilkan <i>footage</i> Rapat Koordinasi Rumah KIM Kota Tangerang
8.	5	Kantor Diskominfo Kota Tangerang	00:00:55- 00:02:49	INT	Menampilkan <i>footage</i> wawancara Ketua FK KIM Kota Tangerang
9.	6	Aula Gedung Pusat Pemerintahan Kota Tangerang	00:02:54- 00:03:06	INT	Menampilkan <i>Footage</i> Pengukuhan FK KIM Kota Tangerang tahun 2021
10.	9	Aula Gedung Pusat Pemerintahan Kota Tangerang	00:04:53- 00:05:37	INT	Menampilkan <i>footage</i> anggota KIM untuk <i>closing</i> Video

7. Crew Produksi

Sebelum proses produksi video informasi ini dimulai dibutuhkan penentuan *crew*, untuk pembagian *jobdesk* dalam pembuatan video ini. Adapun beberapa *crew* yang terlibat dalam produksi video informasi Rumah KIM meliputi, sutradara, *camera person*, asisten kameramen, *pilot drone*, *editor*, *script writer*, *dubber* dan pemain. Dibawah ini adalah susunan pemain dan kru produksi:

Tabel 5. *Crew*

No	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Syahrul Maulana Ashari
2.	<i>Camera Person 1</i>	Syahrul Maulana Ashari
3.	<i>Camera Person 2</i>	Aang Pradesta
5.	Asisten Kameramen	Rifqi Hadhiyanto

6.	<i>Pilot drone</i>	Muhammad Taufan Gunasri
7.	<i>Editor</i>	Syahrul Maulana Ashari
8.	<i>Script Writer</i>	Syahrul Maulana Ashari

8. *Time Schedule*

Time Schedule dengan menghitung perkiraan waktu untuk menyelesaikan proses produksi secara keseluruhan dalam batas waktu yang ditetapkan. Berikut adalah *time schedule* Perancangan Media Video Sebagai Sarana Informasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang:

Tabel 6. *Time Schedule*

Tahapan	Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Jun 2023				Jul 2023				Ags 2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Pre production</i>	Pengajuan Observasi	■																						
	Pengumpulan Data		■																					
	Analisis Data			■																				
	Ide/Gagasan				■																			
	Sinopsis					■																		
	Narasi						■																	
	Storyboard							■																
	Script Writing								■															
	Rundown									■														
	Time Schedule										■													
	Anggaran/Budget											■												
<i>Production</i>	Perencanaan Multimedia										■													
	Perencanaan Audio											■												
	Perencanaan Visual												■											
	Perencanaan Broadcasting													■										
<i>Post Production</i>	Digitizing																							
	Editing																							
	Mixing																							
	Finishing																							
	Exporting																							
	Segmen Pasar																							

9. *Budget Produksi Media*

Anggaran atau *budget* produksi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jumlah biaya yang dikeluarkan selama proses pembuatan proyek video. Anggaran yang di alokasikan selama proses pembuatan video sebagai sarana informasi di Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di bawah tanggung jawab Diskominfo Kota Tangerang adalah sebagai berikut:

Tabel 7. *Budget Produksi Media*

No	Alat Produksi	Ket	Jumlah	Hari	Biaya Produksi
1.	Survey Lokasi	-	1 orang	7 hari	@ Rp.50.000x 7 hari = Rp.350.000
2.	Konsumsi dan Transportasi	Beli	3 orang	3 Hari	@ Rp.50.000 x 3 hari x 3 orang= Rp.450.000

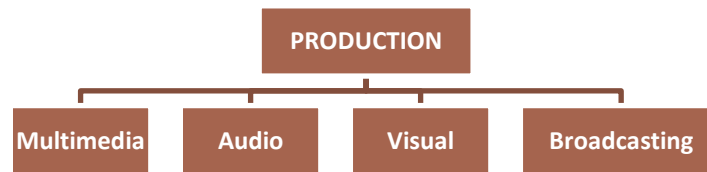
3.	<i>Jasa Voice Over</i>	Sewa Jasa	1 orang	1 Hari	Rp.100.000
4.	<i>Talent</i>	-	5 orang	1 Hari	-
5.	Jasa Pilot Drone dan Drone DJI Mavic Mini 2	Sewa Jasa dan alat	1 orang	1 Hari	Rp. 450.000
6.	<i>Wifi GS Net</i>	Beli	1	6 Bulan	Rp. 150.000 x 6 = Rp. 900.000
7.	<i>Camera Canon 100D</i>	Sewa	1	3 Hari	Rp. 300.000 x 3 Hari = Rp. 900.000
8.	Camera Canon EOS M50	Sewa	1	3 Hari	Rp. 300.000 x3 Hari = Rp. 900.000
9.	Lensa Canon 18-55 mm f1.4	Sewa	1	3 Hari	-
10.	<i>Lensa Sigma 30mm f1.4</i>	Sewa	1	3 Hari	-
11.	<i>Memory Sandisk 64 GB</i>	Milik Sendiri	1	3 Hari	-
12.	<i>Memory Sandisk 32 GB</i>	Milik Sendiri	1	3 Hari	-
13.	<i>Tripod</i>	Milik Sendiri	1	3 Hari	-
14.	DVD RW, Label dan Case	Beli	-4 dvd -4 label -4 case	1 Hari	4 Buah DVD RW @Rp.7.000 x 4 = Rp. 28.000. Label @Rp.2.500 x 4 =Rp.10.000. Case @Rp.5.000 x 4 =Rp. 20.000. Total: Rp.28.000+ Rp.10.000+ Rp. 20.000= Rp.58.000
15.	<i>Hardisk Eksternal 1TB</i>	Beli	1	6 Bulan	Rp 850.000
16.	<i>Laptop Asus X409FJ</i>	Milik Sendiri	1	6 Bulan	-
17.	<i>Clip on Fantech MV01</i>	Milik Sendiri	1	4 Hari	-
18.	<i>Handphone Redmi Note 11 Pro 5G</i>	Milik Sendiri	1	6 Bulan	-
19.	<i>Adobe Photoshop CC 2020</i>	Milik Sendiri	1	6 Bulan	-
20.	<i>Adobe Premiere Pro CC 2020</i>	Milik Sendiri	1	6 Bulan	-
Total					Rp. 4.958.000

10. Peralatan

Dalam membuat Video Informasi di dukung peralatan seperti, *Camera Canon 100D Camera Canon Eos M50, Lensa Canon 18-55mm f1.4, Lensa Sigma 30mm f1.4, Laptop Asus X409FJ, Adobe Premiere Pro CC2020, Adobe Photoshop CC2020*

3.2. Production

Production merupakan semua aktivitas liputan, baik di studio maupun di lapangan. Tahap produksi menggabungkan semua proses yang dilakukan di tahap praproduksi. ^[15] Berikut ini adalah tahap *production* yang terdiri dari multimedia, audio, visual dan *broadcasting* :



Gambar 13. *Production*

1. Perencanaan Multimedia
Perencanaan multimedia merupakan proses menggabungkan teks, gambar, video, audio, dan efek visual menjadi media yang menarik. Tujuan perancangan ini adalah untuk membuat media yang menarik dan informatif sehingga orang dapat memahami dan menemukan informasi yang disampaikan melalui media video.
2. Perencanaan Audio
Untuk membuat video informasi, Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Diskominfo Kota Tangerang, menggunakan teknik audio dengan efek suara asli manusia atau *dubber*, dan *backsound music* untuk menambah suasana.
3. Perencanaan visual
Perencanaan visual merupakan proses menyiapkan elemen visual seperti gambar, teks, dan efek visual untuk ditampilkan dalam sebuah video, yang menampilkan foto serta *audio visual* terkait profil serta kegiatan KIM Kota Tangerang.
4. Perencanaan *Broadcasting*
Perencanaan *Broadcasting* video informasi ini dengan implemtasi video melalui *Instagram* "@rumahkimkotatangerang" dan akun *YouTube* "Tangerang Tv". Ini sangat penting agar video informasi mencapai tujuan utamanya, yaitu dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan efektif.

Program Visual

Dalam perancangan visual video informasi yang dirancang menggunakan *software Adobe Premiere CC 2020* dan *Adobe Photoshop CC 2020*



Gambar 14. *Scene 1/ Menampilkan bumper opening* logo Diskominfo serta Logo Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang



Gambar 15. *Scene 2 / Ext/ Day/ Bird Eye/ Menampilkan footage drone* Gedung pusat pemerintahan Kota Tangerang



Gambar 16. *Scene 3/ Ext/ Day/ Low Angle/ Menampilkan footage* Panggung Kim Festival 2022



Gambar 17. *Scene 4/ Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan footage* Rapat Koordinasi Rumah KIM Kota Tangerang



Gambar 18. Scene 5/ Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan footage Pengukuhan FK KIM Kota Tangerang tahun 2021



Gambar 19. Scene 6/ Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan footage wawancara Ketua FK KIM Kota Tangerang



Gambar 20. Scene 7/ Menampilkan video motion graphic struktur Kelompok Informasi Masyarakat di Kota Tangerang



Gambar 21. Scene 8/ Ext/Int/ Day/ Medium Shoot/ Menampilkan beberapa footage Prestasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat Kota Tangerang



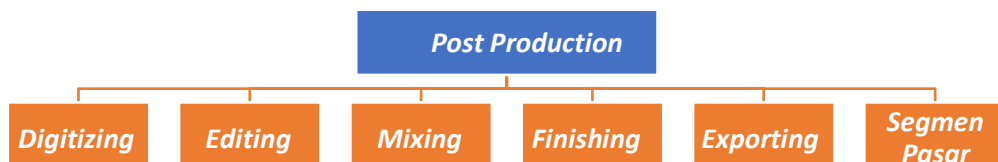
Gambar 22. Scene 9 /Ext/Day/Medium Shot/ Menampilkan slide foto-foto proses pengujian kendaraan bermotor



Gambar 23. Scene 10/ Motion Graphic/Menampilkan slide dokumentasi program kegiatan

3.3. Post production

Post production adalah proses di mana seluruh rekaman di edit oleh editor video sesuai dengan *storyboard* untuk menghasilkan video yang *final*.



Gambar 24. Post Production

1. *Digitizing*
 Selama proses *digitizing*, gambar yang diambil dari kamera akan ditransfer dari memori ke komputer untuk dibuat menjadi satu *folder*, yang kemudian akan dimasukkan ke dalam *software editing*.
2. *Editing*
 Pada langkah *editing*, *footage* video akan disortir dan di potong sesuai *storyboard*. Setelah itu video akan di edit dalam *Adobe Premiere Pro CC 2020*.
3. *Mixing*
 Tahap ini menggabungkan elemen audio visual, *voice over*, *backsound* dan *sound effect* serta di edit menggunakan *Adobe Premiere pro CC 2020*.

4. *Finishing*
Proses pengecekan ulang atau *review* untuk mempertimbangkan kembali isi dari seluruh video agar sesuai dengan sinopsis yang telah ditetapkan.
5. *Exporting*
Setelah *digitizing*, *editing*, *mixing*, dan selesainya proses pembuatan video/*rendering*, tahap *exporting* dilakukan dengan menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC 2020* dengan format H.264 berkualitas *Full HD* 1920x1080 dengan *frame rate* 50 fps.
6. Segmen Pasar
Untuk segmen pasar ini, video akan digunakan sebagai alat komunikasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat pada Diskominfo Kota Tangerang. Ini akan dilakukan melalui akun Instagram "@rumahkimkotatangerang" dan akun YouTube "Tangerang Tv" dari Diskominfo Kota Tangerang.

4. KESIMPULAN

Analisis tersebut menghasilkan beberapa kesimpulan mengenai rumusan masalah, yaitu konsep video informasi yang mudah dipahami dan menarik orang ke KIM karena menggunakan efek audio visual dan visual, video berkualitas *HD*, dan *voice over*, yang menjelaskan profil, manfaat, program kerja, pelayanan, fasilitas, kegiatan, prestasi, relasi, serta testimoni masyarakat tentang Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang, dengan durasi 5 menit 54 detik, sehingga dapat menyampaikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Target yang ingin di capai oleh Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Tangerang, melalui video informasi ini, agar seluruh masyarakat di wilayah Kota Tangerang dapat lebih mengenal secara jelas mengenai profil, manfaat, program kerja, pelayanan, fasilitas, kegiatan, prestasi, relasi, serta testimoni masyarakat tentang Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, Disarankan kepada Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang, agar kedepannya untuk dapat mengembangkan strategi media yang mampu menunjang informasi kepada masyarakat, serta selalu memperbarui informasi video ini, agar masyarakat dapat mengetahui profil, manfaat, program kerja, pelayanan, fasilitas, kegiatan, prestasi, dan relasi Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang. Disarankan kepada peneliti berikutnya, agar kedepannya untuk terus mengembangkan konsep video informasi yang lebih kreatif dan informative sesuai perkembangan terbaru untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk mengetahui informasi berupa profil, manfaat, program kerja, pelayanan, fasilitas, kegiatan, prestasi, relasi, serta testimoni masyarakat tentang Rumah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada Diskominfo Kota Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Bakti Pardana and N. Hidayati, "VIDEO DALAM PROSES PEMBELAJARAN: PERAN PENTINGNYA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN", *Biogenerasi*, vol. 9, no. 1, pp. 628 - 634, Jan. 2024.
- [2] N. Ikhsan and S. Ramadhani, "Sistem Informasi Administrasi Surat Menyurat Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau", *JTEKSIS*, vol. 2, no. 2, pp. 141-151, Jul. 2020.
- [3] I.N.D. Ningsih and Narayana Mahendra Prastya. "Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dan Foto Produk Bagi Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten Bantul". Vol. 4, No.1:

32, Mar 2022

- [4] Y. N. Elyanto, N. L. D. In Diana Sari, and I. N. Larry Julianto, “Perancangan Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dan Media Promosi Di Graha Kita 18”, *amarasi*, vol. 5, no. 01, pp. 122–129, Jan. 2024.
- [5] L. Sunarya, S. F. Khatami, and S. Ashari, “Media Informasi Berbasis Video UPT PPTP Pada Dinas Perhubungan Kota Tangerang”, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 1, pp. 40-53, Feb. 2024.
- [6] A. Tisrin Tantika, “Efektivitas Penggunaan YouTube Shorts Dalam Penyebaran Informasi (Studi Kasus: Pada Akun Pojok History)”, *KOLONI*, vol. 3, no. 1, pp. 65–71, Jan. 2024.
- [7] N. A. Nadhifa, G. Marshanda, N. Assyifaturahma, S. A. Sakinah, and T. R. Oktavian, “Peran Akun Instagram @Unida_Bogor Sebagai Sarana Informasi dan Komunikasi Mahasiswa”, *karimahtauhid*, vol. 3, no. 1, pp. 524–531, Jan. 2024.
- [8] A. Putri, “Peran Pojoksatu.id dalam Menyebarkan Informasi (Studi Kasus: Media Sosial Tiktok, Instagram dan Facebook)”, *KOLONI*, vol. 3, no. 1, pp. 57–64, Jan. 2024.
- [9] K. Ilham, M. M. Umair, A. Destiano, and M. Ghiffari, “Analisis Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Spiritual pada Mahasiswa Sistem Informasi ITS”, *ittishol*, vol. 5, no. 1, pp. 19–37, Jan. 2024.
- [10] M. Abdul Baqi, M., and M. Fadilla Rosmawati, “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Pada Restoran Gubug Makan Mang Engking Citra Raya”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 1, pp. 118-127, Feb. 2024.
- [11] L. Sunarya, K. M. Ariyanto, and N. Yuliyanti, “Media Video Sebagai Penunjang Promosi Pada Pondok Pesantren Al-Bayan Rangkasbitung Kabupaten Lebak”, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 2, no. 1, pp. 13-26, Aug. 2020.
- [12] M. Mujahid, R. Nugroho, and N. Rizqyah, “Video Profile Program Berita Klik Indonesia Malam Sebagai Media Informasi”, *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 2, no. 2, pp. 225-236, Jul. 2021.
- [13] N. Thasya and M. Astuti, “Perancangan Video Dokumenter Purwakarta Istimewa”, *visualideas*, vol. 1, no. 1, pp. 16–23, Feb. 2021.
- [14] K. S. Lestari, A. Ramadhan, and A. Saputri, “Media Video Marketing Sebagai Sarana Promosi Pada Rumah Makan Saung Kecapi”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 2, pp. 236-250, Aug. 2023.
- [15] Efendi E., Harahap R. A. G., and Hutagalung A., “Kinerja Pra Produksi, Proses Produksi, dan Pasca Produksi pada Siaran Radio Berbasis Dakwah Islami”, *dawatuna*, vol. 3, no. 3, pp. 910-925, Jan. 2023.