

## Video Sinematografis Taman Tematik Sebagai Media Informasi Dan Promosi Disbudpar Kota Tangerang

<sup>1</sup>Karunia Suci Lestari, <sup>2</sup>Muhammad Arief Mujahid. <sup>3</sup>Muhamad Hadid Al Farabi  
<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja  
<sup>3</sup> Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja  
Email : <sup>1</sup>\*[suci@raharja.info](mailto:suci@raharja.info), <sup>2</sup> [arief.mujahid@raharja.info](mailto:arief.mujahid@raharja.info), <sup>3</sup>[hadid.alfarabi@raharja.info](mailto:hadid.alfarabi@raharja.info),

### ABSTRAK

*Kota Tangerang secara geografis tidak memiliki wisata alam secara alami, akan tetapi dalam upaya meningkatkan pengelolaan pariwisata daerah maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang yang merupakan salah satu tujuan terbentuknya organisasi ini. Disbudpar telah membangun taman tematik yang tersebar di 13 Kecamatan wilayahnya. Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui taman tematik yang telah dibangun instansi pemerintah ini. Sehingga diperlukan perancangan media video agar informasi dan promosi dapat menyebar dengan cepat kepada masyarakat dan wisatawan domestik. Perancangan video ini akan menampilkan informasi mengenai Taman Potret, Taman Gajah, Taman Herbal, Taman Eco Farm, Taman Eco Park, Taman Pisang, dan Taman Ekspresi dalam bentuk sinematografis agar informasi yang disampaikan dapat menarik masyarakat untuk melakukan kunjungan ke taman-taman tematik tersebut. Metode dalam pengumpulan data yang dilakukan yaitu: observasi, wawancara dengan pihak instansi serta studi kepustakaan penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini. Perencanaan rancangan video sinematografis ini menggunakan metode Konsep Produksi Media dan dalam proses perancangan video ini menggunakan tools seperti: Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe After Effect CC 2017 dan Adobe Illustrator. Dengan adanya rancangan informasi yang dikemas dalam media video sinematografis ini masyarakat dan para wisatawan dapat tertarik untuk mengunjungi taman tematik tersebut serta dapat meningkatkan ekonomi pendapatan Kota Tangerang.*

**Kata Kunci – Taman Tematik, Sinematografis, Informasi, Promosi.**

### ABSTRACT

*Tangerang City geographically does not have natural tourism naturally, but in an effort to improve regional tourism management, the Tangerang City Culture and Tourism Office is one of the goals of the formation of this organization. Disbudpar has built thematic parks spread across 13 sub-districts of its territory. However, there are still many people who do not know the thematic park that has been built by this government agency. So it is necessary to design video media so that information and promotion can spread quickly to the public and domestic tourists. The design of this video will feature information about Portrait Park, Elephant Park, Herbal Garden, Eco Farm Park, Eco Park, Banana Park, and Expression Park in a cinematographic form so that the information conveyed can attract the public to visit these thematic parks. The methods of data collection carried out are observation, direct interviews with agencies, and previous research literature studies related to this research. This cinematographic video design planning uses the Media Production Concept method and is in the process of designing this video using tools such as Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe After Effect CC 2017, and Adobe Illustrator. With the design of information packaged in this cinematographic video media, the public and tourists can be interested in visiting the thematic park, and can increase the income economy of Tangerang City.*

**Keywords – Thematic Parks, Cinematography, Information, Promotion.**

## 1. PENDAHULUAN

Tempat pariwisata menjadi salah satu destinasi menarik yang wajib di kunjungi oleh wisatawan ketika mengunjungi daerah tertentu ataupun menjadi destinasi menghilangkan penat di hari libur. Pariwisata merupakan kegiatan untuk datang ke berbagai lokasi wisata. Pariwisata umumnya dilakukan datang ke satu tujuan dengan berbagai macam tujuan wisata<sup>[1]</sup>. Namun banyak masyarakat saat ini kesulitan dalam mencari informasi tempat hiburan atau rekreasi yang ada di Kota Tangerang yang menarik untuk destinasi wisata bersama keluarga.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang adalah suatu instansi yang membidangi bidang pariwisata dan budaya serta mengelola dalam pengembangan daya tarik wisata dan usaha pariwisata, instansi ini memiliki alamat kantor yang berlokasi di Jalan Pintu Air, Mekarsari Kecamatan Neglasari Kota Tangerang. Tercatat dalam laporan kinerja Disbudpar Kota Tangerang tahun 2020 untuk sasaran meningkatkan pariwisata jumlah kunjungan wisatawan realisasi pencapaian di tahun 2020 sebanyak 607.162 orang dari yang ditargetkan sebanyak 1.678.058 orang dengan persentase 36,18%, hal ini dipengaruhi oleh Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh Dunia sehingga pencapaian Indikator tidak dapat mencapai 100%.

Untuk mendukung pencapaian target kunjungan dan kinerja Disbudpar Kota Tangerang serta meningkatkan pengelolaan pariwisata dalam pengembangan daya tarik wisata dan usaha pariwisata, Disbudpar Kota Tangerang juga membangun beberapa taman tematik yang telah dibangun tersebar di 13 kecamatan Kota Tangerang seperti Taman Potret, Taman Gajah, Taman Herbal, Taman *Eco Farm*, Taman *Eco Park*, Taman Pisang, dan Taman Ekspresi. Namun dari beberapa taman tematik tersebut masih banyak masyarakat Kota Tangerang serta wisatawan Domestik yang belum mengetahui lokasi serta informasi dari taman tematik tersebut.

Sehingga perlu dibuatlah media video sinematografi ini untuk menyampaikan informasi mengenai taman tematik di Kota Tangerang yang telah dibangun oleh Disbudpar Kota Tangerang seperti: Taman Potret, Taman Gajah, Taman Herbal, Taman *Eco Farm*, Taman *Eco Park*, Taman Pisang, dan Taman Ekspresi. Media video merupakan media yang saat ini banyak digunakan untuk menarik perhatian bagi *audience* yang berisi pesan dan informasi yang akan disampaikan. Media video berupa media yang bergerak sehingga menarik untuk dilihat<sup>[2]</sup>. Sinematografi merupakan ilmu atau bidang pembahasan teknik pengambilan gambar dan penggabungan gambar sehingga menjadi rangkaian gambar yang memiliki ide atau gagasan untuk pesan yang ingin disampaikan, dengan menentukan alur pengambilan gambar (*shot/capture size*) seperti menggunakan *steady camera* atau metode kamera bergerak<sup>[3]</sup>. Media video belakangan ini menjadi media menarik yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau promosi suatu lokasi terutama tempat wisata. Dikutip dari *Smartinsight*, data *Visual Teaching Alliance* menyatakan bahwa manusia lebih mudah menyerap informasi dari media visual. Hal ini karena mata manusia dapat memproses 36.000 pesan dari media visual dalam satu jam dan 90% informasi tersebut dikirimkan ke otak dalam bentuk visual. Otak manusia dikatakan mampu memproses visual 60.000 kali lebih cepat dibandingkan dengan informasi tulisan<sup>[4]</sup>. Sehingga dengan adanya media video sinematografi ini masyarakat memiliki gambaran mengenai lokasi taman serta informasi menarik dari taman tematik tersebut.

Oleh karena itu hal ini menjadi kebutuhan yang diinginkan oleh instansi tersebut untuk memberikan informasi dan promosi kepada masyarakat. Promosi menjadi penting dilakukan untuk menaikkan citra suatu tempat. Maka promosi adalah memberikan gambaran tentang produk yang akan diperkenalkan kepada khalayak secara luas untuk meningkatkan dari produk yang akan dijual<sup>[5]</sup>. Dengan adanya promosi ini akan menjadi upaya untuk meningkatkan kinerja Disbudpar Kota Tangerang, bahwa taman tematik yang telah dibangun tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan juga dapat dirasakan oleh sektor UMKM yang berdagang di taman tematik tersebut. Sehingga juga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi daerah.

Rancangan media video ini tentunya memiliki keinginan untuk menarik minat bagi masyarakat serta wisatawan domestik dari luar Kota Tangerang. Agar hasil video tersebut dapat dimaksimalkan maka peneliti telah menyiapkan perencanaan konsep produksi media yang telah disusun sesuai dengan yang telah di konsepskan seperti dengan *pre production* dimana peneliti

telah menyiapkan seluruh skenario agar video dapat terkonsep secara baik hingga tahapan *production* berjalan untuk mengambil gambar-gambar di lokasi taman yang telah ditentukan dan juga sebagai tahapan akhir yaitu *post production* agar video dapat disempurnakan dan hingga hasil akhir video dapat dinikmati oleh masyarakat agar video tersebut dapat diolah secara baik maka peneliti menggunakan beberapa *tools* seperti *software adobe premiere pro* versi 2017 adalah salah satu alat pengolah video yang umumnya digunakan orang untuk membuat video menjadi sebuah karya yang dapat dinikmati oleh khalayak luas <sup>[6]</sup>. Kemudian peneliti menggunakan *adobe after effect* yang merupakan *tools* yang digunakan untuk membuat suatu animasi berbasis 2D dan untuk membuat gerakan motion dalam suatu media video <sup>[7]</sup>. Sedangkan dalam rancangan video sinematografi ini juga menggunakan *adobe illustrator* yang digunakan untuk template *bumper* dan *outro video*.

Dari penjelasan rancangan media berbentuk video sinematografi diatas, dengan adanya media video sinematografi ini dapat membantu Disbudpar Kota Tangerang dalam memberikan informasi dan juga mempromosikan taman tematik yang dibuat oleh Disbudpar Kota Tangerang sebagai destinasi wisata masyarakat serta wisatawan domestik dalam meningkatkan kunjungan ke taman-taman tematik tersebut serta meningkatkan ekonomi daerah Kota Tangerang.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian perlu dilakukan dalam penelitian ini untuk mendapatkan kebutuhan data dan informasi yang terkait dengan penelitian ini dan mengetahui *software* apakah yang digunakan untuk menyusun media informasi dan promosi taman tematik di wilayah Kota Tangerang.

### 1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan berbagai metode untuk mendapatkan data dan informasi. Dengan menggunakan metode seperti metode observasi, wawancara kemudian *literature review*.

### 2. Perancangan Media Video

Perancangan media video tersebut menggunakan olahan multimedia dengan menggunakan *tools* yaitu *adobe premiere pro* sebagai media pengolahan video, *adobe after effect* untuk mengolah *bumper* video dan *outro* sedangkan *adobe illustrator* untuk pengolahan media *layout* yang diperlukan dalam rancangan video tersebut.

### 3. Konsep Produksi Media

Konsep produksi media perlu disusun agar tahapan produksi untuk video berjalan dengan baik. Selain itu, konsep produksi media terdiri dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

### *Literature Review*

*Literature review* adalah penelitian sebelumnya yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk berbagai metode penelitian yang digunakan. Berikut ini *literature review* yang didapatkan dari publikasi sebelumnya adalah :

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyani, dkk. (2020:20)<sup>[8]</sup> dengan judul penelitian **“Perancangan Video Pariwisata Kawah Wurung Bondowoso Sebagai Media Promosi”** penelitian tersebut menjelaskan Kabupaten Bondowoso memiliki beberapa objek pariwisata salah satunya adalah Kawah Wurung. Menurut Data Kunjungan dari Pengunjung Objek dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Bondowoso, menjelaskan periode Juni 2018 mengalami penurunan. Penurunan pengunjung dikarenakan kurangnya media promosi dari dinas pariwisata itu sendiri. Metode yang digunakan untuk mencari data adalah observasi dan wawancara. Data-data yang

sudah dikumpulkan diringkas secara rinci kemudian dapat disimpulkan. Dengan tujuan agar memudahkan saat pembuatan video. Perancangan ini menghasilkan video promosi yang merepresentasikan pariwisata Kawah Wurung Bondowoso sebagai media promosi, dari informasi tersebut menjadikan daya tarik *audiens* sehingga dapat membantu program pengembangan pariwisata daerah Bondowoso.

Penelitian yang dilakukan oleh Desmira, dkk. (2021:58)<sup>[9]</sup> dengan judul penelitian **“Video Promosi Wisata “Cikal Adventure” Di Kecamatan Padarincang**” penelitian tersebut menjelaskan Padarincang yang berada di wilayah di Provinsi Banten yang memiliki berbagai unggulan dalam hal sektor pariwisata. Salah satu potensi wisata yang ada disana adalah *Cikal Adventure*. Dengan wisata yang tawarkan berupa alam dan petualangan dengan berbagai fasilitas wahana seperti *river tubing, paintball, camping ground, dan outbond*. Permasalahan yang dihadapi adalah masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tempat pariwisata tersebut kemudian diperlukan suatu media untuk mempromosikan ke masyarakat luas dengan menggunakan video yang *diupload* pada kanal digital *Youtube*.

Penelitian yang dilakukan oleh Derajat. (2021:17)<sup>[10]</sup> dengan judul penelitian **“Perancangan Video Agrowisata Sawah Solok Sebagai Media Promosi”** penelitian tersebut menjelaskan pariwisata yang memiliki berbagai macam seperti wisata alam dan budaya. Dengan peran pemerintah setempat diharapkan pariwisata dapat meningkat. Sumatera Barat memiliki berbagai potensi pariwisata antara lain pantai cerocok, Kawasan wisata mandeh, janjang saribu, pulau angso duo, lembah harau, istana pagaruyuang, jam gadang, danau kembar di solok, dan lain-lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Thasya dan Marisa Astuti. (2021:16)<sup>[11]</sup> dengan judul penelitian **“Perancangan Video Dokumenter Purwakarta Istimewa”** penelitian tersebut menjelaskan Pariwisata merupakan salah satu sektor prioritas penting dalam kegiatan perekonomian bagi suatu daerah bahkan negara. setiap daerah mengembangkan potensi pariwisata yang dimilikinya untuk mendapatkan peningkatan perekonomian pada daerah tersebut. Salah satunya yaitu kota purwakarta. Sejumlah pariwisata telah berhasil di kembangkan di Purwakarta, namun masih banyak masyarakat yang belum menyadari dan mengetahui informasi mengenai tempat pariwisata yang dimiliki kota Purwakarta. Dengan berkembangnya teknologi khususnya dalam bidang desain komunikasi visual, menjadikan salah satu alasan penulis dalam perancangan video dokumenter ini guna memberikan informasi mengenai tempat tempat pariwisata di Purwakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatimah dan Nasrul Kamal. (2019:19)<sup>[12]</sup> dengan judul penelitian **“Perancangan Video Promosi Objek Wisata Goa Batu Kapal Di Kabupaten Solok Selatan”** penelitian tersebut menjelaskan bahwa adapun dari tujuan rancangan video promosi ini adalah untuk menjelaskan Wisata Goa Bau Kapal Balai Jango Kabupaten Solok Selatan memiliki berbagai keunikan pariwisata yang disediakan. Saat ini permasalahannya adalah belum adanya media informasi untuk meningkatkan wisatawan. Banyaknya masyarakat juga yang belum mengetahui dari potensi pariwisata yang dimiliki. Maka dari itu media berupa video promosi diharapkan akan meningkatkan potensi wisatawan yang berkunjung.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 *Preproduction*

##### 1. Ide/Gagasan

Ide atau gagasan adalah suatu awal proses dari perancangan media video sinematografi untuk menyusun bagaimana suatu ide dalam cerita yang akan dituangkan dalam media video tersebut, agar jalan cerita mengenai penjelasan taman tematik di wilayah Kota Tangerang dapat disampaikan secara menarik dan terkonsep.

## 2. Sinopsis atau Cerita

Sinopsis atau cerita perlu disusun mengikuti perkembangan dari ide gagasan untuk rancangan video tersebut. Sinopsis menggambarkan isi dari penjelasan media video tersebut agar dapat dipahami berikut ini sinopsis dari penjelasan taman tematik :

*“Tampilan pertama dalam video infomrasi dan promosi taman tematik adalah menampilkan bumper video yaitu menampilkan logo Kota Tangerang sebagai identitas dari suatu kota. Selanjutnya adalah menampilkan text berupa tematik yang menandakan tema video yang akan dijelaskan adalah mengenai taman tematik di wilayah Kota Tangerang. Selanjutnya menjelaskan mengenai taman potret yang memberikan informasi seperti lokasi, fasilitas dan sarana penunjang lainnya. Berikutnya menjelaskan tentang taman gajah tunggal yang menjelaskan lokasi, fasilitas dan sarana penunjang ditaman tersebut. Selanjutnya menjelaskan mengenai lokasi, fasilitas dan sarana penunjang ditaman tersebut. Berikutnya menjelaskan mengenai lokasi, fasilitas dan sarana penunjang ditaman tersebut. Berikutnya adalah menjelaskan taman eco park akan menjelaskan mengenai lokasi, fasilitas dan sarana penunjang ditaman tersebut. Berikutnya membahas taman pisang yang akan menjelaskan mengenai lokasi, fasilitas dan sarana penunjang ditaman tersebut. Selanjutnya membahas taman ekspresi yang akan menjelaskan lokasi, fasilitas dan sarana penunjang ditaman tersebut”.*

## 3. Narasi

Narasi adalah cerita dari suatu rangkaian kronologis dari suatu kondisi yang sesuai dengan fakta dan kebenaran. Oleh karena itu berikut ini narasi dari taman tematik :

*“Text tematik taman potret adalah suatu taman yang berlokasi di jalan jendral sudirman // Lokasi yang strategis di kawasan pusat Kota Tangerang / berada di Kecamatan Tangerang dan memiliki beberapa fasilitas seperti spot foto / tempat duduk / tanaman-tanaman dengan jenis yang unik dan fasilitas untuk masyarakat // Taman gajah tunggal yang lokasinya tidak jauh dari Taman Potret adalah taman yang didirikan hasil bekerja sama Pemerintah Kota Tangerang dengan PT// Gajah Tunggal // Taman yang berlokasi di Kecamatan Tangerang memiliki view yang menarik yaitu sungai cisadane dan berada di pusat kota / dengan memiliki fasilitas seperti warung-warung makan / tempat duduk seperti empiteather / taman bermain anak-anak / spot foto dan area parkir kendaraan // Taman herbal / taman yang menyajikan mengenai tanaman-tanaman yang pada umumnya dapat dijadikan obat-obatan tradisional / berada di lokasi jalan Daan Mogot dan memiliki fasilitas tempat duduk maka masyarakat akan dapat bersantai dilokasi tersebut // Taman Eco Farm adalah perkembangan dari taman Eco Park yang berlokasi di Kecamatan Neglasari tepat di pinggir sungai cisadane. Dengan fasilitas seperti taman-taman / tempat duduk / miniatur kincir angin dan menara eifel // Taman Eco Park yang lokasinya tidak jauh dengan taman Eco Farm yang berlokasi di Kecamatan Neglasari dahulu hanyalah sebagai wilayah tanah kosong / maka inovasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk meningkatkan fasilitas publik adalah membangun taman eco park // Yang memiliki fasilitas diantaranya taman bermin anak-anak / aera parkir / panggung / dan lapangan kecil yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan masyarakat // Taman pisang yang berlokasi di Kecamatan Karawaci dan berada di lokasi strategis di wilayah perumahan padat penduduk // Hal ini memberikan fasilitas ruang terbuka hijau di wilayah padat pemukiman // Memiliki fasilitas penunjang seperti tempat bermain anak, spot foto dan pepohonan yang rindang // Taman ekspresi berlokasi tidak jauh dari taman pisang yang berlokasi di Kecamatan Karawaci sarana yang dimiliki serupa dengan taman pisang akan tetapi memiliki ruangan perpustakaan kecil yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat”.*

4. *Storyboard*

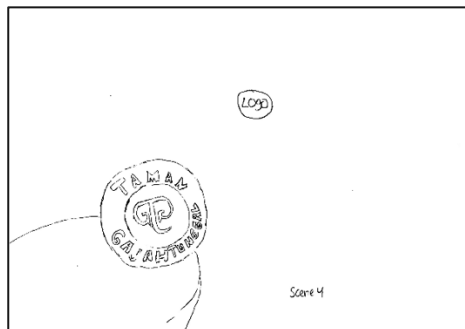
*Storyboard* merupakan suatu cerita yang di gambarkan dengan ilustrasi berupa gambar kasar dengan menggunakan pensil. *Storyboard* bertujuan agar memiliki gambaran video tersebut :



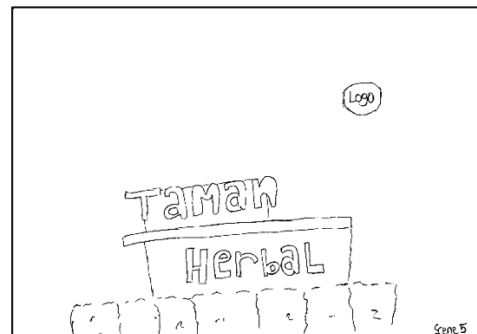
Gambar 1. *Scene 2* / Menampilkan Bumper Video



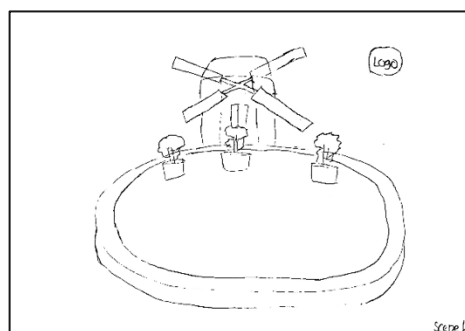
Gambar 2. *EXT / Scene 3* / Menampilkan Lokasi Taman Potret / *Day / Full Shoot*



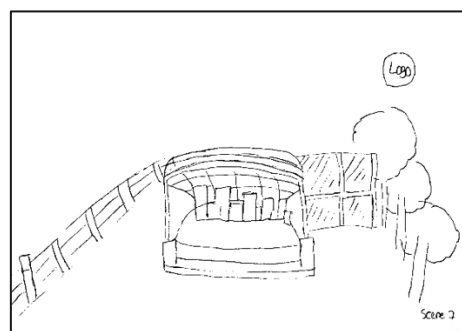
Gambar 3. *EXT / Scene 4* / Menampilkan Lokasi Taman Gajah / *Day / Full Shoot*



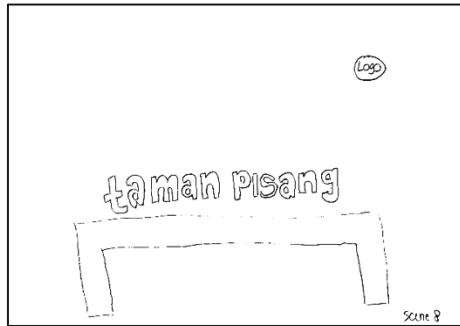
Gambar 4. *EXT / Scene 5* / Menampilkan Lokasi Taman Herbal / *Day / Full Shoot*



Gambar 5. *EXT / Scene 6* / Menampilkan Lokasi Taman Eco Farm / *Day / Full Shoot*



Gambar 6. *EXT / Scene 7* / Menampilkan Lokasi Taman Eco Park / *Day / Full Shoot*



Gambar 7. EXT / Scene 8 / Menampilkan Lokasi Taman Pisang / Day / Full Shoot



Gambar 8. EXT / Scene 9 / Menampilkan Lokasi Taman Ekspresi / Day / Full Shoot



Gambar 9. Scene 10/ Menampilkan Closing Bumper

## 5. Script Writing

Adapun susunan *script writing* dalam rancangan media video sinematografi ini adalah :

Tabel 1. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1	Menampilkan Logo Kota Tangerang	<i>Instrumental Backsound</i>
2	Menampilkan Text "Tematik"	<i>Instrumental Backsound</i>
3	Menampilkan Taman Potret	Taman potret adalah suatu taman yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman// Lokasi yang strategis di kawasan pusat Kota Tangerang/ berada di kecamatan Tangerang dan memiliki beberapa fasilitas seperti spot foto/ tempat duduk/ tanaman-tanaman dengan jenis yang unik dan fasilitas untuk masyarakat//
4	Menampilkan Taman Gajah Tunggal	Taman Gajah adalah taman yang didirikan hasil bekerja sama dengan PT// Gajah Tunggal// Taman yang berlokasi di Kecamatan Tangerang memiliki <i>view</i> yang menarik yaitu sungai cisadane dan berada di pusat kota/ dengan memiliki fasilitas yang cukup lengkap//
5	Menampilkan Taman Herbal	Taman herbal/ taman yang menyajikan mengenai tanaman-tanaman yang pada umumnya dapat dijadikan obat-obatan tradisional/ berada di lokasi

		jalan Daan Mogot dan memiliki fasilitas bersantai di taman tersebut//
6	Menampilkan Taman <i>Eco Farm</i>	Taman <i>Eco Farm</i> adalah perkembangan dari taman <i>Eco Park</i> yang berlokasi di Kecamatan Neglasari tepat di pinggir sungai cisadane// Dengan fasilitas seperti taman-taman/ tempat duduk/ miniatur kincir angin dan menara eifel//
7	Menampilkan Taman <i>Eco Park</i>	Taman <i>Eco Park</i> yang lokasinya tidak jauh dengan taman <i>Eco Farm</i> yang berlokasi di Kecamatan Neglasari// Yang memiliki fasilitas diantaranya taman bermain anak-anak/ aera parkir/ panggung/ dan lapangan kecil yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan masyarakat//
8	Menampilkan Taman Pisang	Taman Pisang yang berlokasi di Kecamatan Karawaci// Taman ini memberikan fasilitas ruang terbuka hijau di wilayah padat pemukiman. Memiliki fasilitas seperti tempat bermain anak/ spot foto dan pepohonan yang rindang//
9	Menampilkan Taman Ekspresi	Taman Ekspresi berlokasi tidak jauh dari taman pisang yang berlokasi di Kecamatan Karawaci// Sarana yang dimiliki serupa dengan taman pisang akan tetapi memiliki ruangan perpustakaan kecil//
10	Menampilkan <i>Closing Bumper</i>	<i>Instrumental Backsound</i>

## 6. *Rundown*

Berikut ini adalah tabel dari susunan *rundown* yang menjelaskan alur dari video ini adalah :

**Tabel 2. Susunan *Rundown***

No	Scene	Lokasi	Durasi	INT/EXT	Deskripsi
1	3	Taman Potret	00:00:21 – 00:00:40	EXT	Menampilkan Taman Potret
2	4	Taman Gajah Tunggal	00:00:41 – 00:01:00	EXT	Menampilkan Taman Gajah Tunggal
3	5	Taman Herbal	00:01:01 – 00:01:15	EXT	Menampilkan Taman Herbal
4	6	Taman <i>Eco Farm</i>	00:01:16 – 00:01:35	EXT	Menampilkan Taman <i>Eco Farm</i>
5	7	Taman <i>Eco Park</i>	00:01:36 – 00:01:55	EXT	Menampilkan Taman <i>Eco Park</i>
6	8	Taman Pisang	00:01:56 – 00:02:10	EXT	Menampilkan Taman Pisang
7	9	Taman Ekspresi	00:02:11 – 00:02:35	EXT	Menampilkan Taman Ekspresi

## 7. *Penyusunan Crew*

Dalam produksi media tersebut. Tentunya tidak dapat berjalan dengan sendiri maka diperlukan pembentukan penyusunan *crew* agar produksi media dapat berjalan dengan baik. Berikut ini susunan nama-nama dalam penyusunan *crew* yang terlibat dalam produksi media video :

**Tabel 3. Penyusunan Crew**

No	Nama	Jabatan
1	Rizki Wicaksono	Sutradara, cameramen dan editor
2	Suratna Sudirja	Cameramen
3	Martin Alexander Panggabean	Assisten cameramen

**8. Time Schedule**

Berikut adalah susunan dari penyanggah dalam bentuk *time schedule* media video sinematografi taman tematik pada Disbudpar Kota Tangerang yaitu :

**Tabel 4. Time Schedule**

Tahapan	Agustus 2021				September 2021				Oktober 2021				November 2021				Desember 2021				Januari 2022			
	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				█	█	█	█																
	Penyusunan Crew					█	█	█																
	Time Schedule						█	█	█															
	Anggaran/Budget							█	█	█														
	Peralatan Yang Digunakan								█	█	█	█												
	Production	Perencanaan Multimedia							█	█	█	█												
Perencanaan Audio								█	█	█	█													
Perencanaan Visual								█	█	█	█													
Perencanaan Broadcasting								█	█	█	█													
Post production	Digitizing											█	█											
	Editing											█	█	█	█									
	Mixing											█	█	█	█									
	Finishing														█	█	█	█						
	Tahap Keluaran																				█			
	Segmen Pasar																					█		

**9. Peralatan yang digunakan**

Untuk mendukung produksi media dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan konsep yang telah disusun dan direncanakan maka peralatan yang digunakan untuk produksi media ini adalah kamera *canon 60D*, *memory sandisk 32GB*, *Tripod*, *harddisk* dan *laptop*. Peralatan tersebut digunakan untuk menunjang produksi untuk rancangan media video tersebut.

**3.2 Production**

*Production* adalah proses atau tahapan untuk pengambilan gambar dengan menggunakan peralatan yang sudah disiapkan sebelumnya. *Production* juga sudah disusun sesuai dengan konsep, alur dan ide cerita yang ingin disampaikan kepada *audience*. Proses produksi akan berlangsung di wilayah Kota Tangerang karena produksi melibatkan beberapa lokasi taman tematik. Dengan tahapan *production* ini menjelaskan tahapan produksi seperti

perencanaan *multimedia* yang terdiri dari tujuan multimedia, strategi multimedia dan program *multimedia*. Perencanaan *audio* yang terdiri dari tujuan audio, strategi audio dan program audio. Perencanaan *visual* yang terdiri dari tujuan visual, strategi visual dan program visual serta perencanaan *broadcasting* yang terdiri tujuan *broadcasting*, strategi *broadcasting* dan program *broadcasting*.

1. Perencanaan *Multimedia*

Menjelaskan berbagai komponen yang akan menampilkan untuk video tersebut seperti gambar, suara dan *text* yang akan ditampilkan sesuai dengan informasi yang akan di tampilkan.

2. Perencanaan *Audio*

Menjelaskan suatu perencanaan audio yang akan digunakan dalam rancangan video tersebut. Audio menjadi komponen terpenting karena informasi akan disampaikan dengan menggunakan bentuk suara sebagai media penyampaian pesan.

a. *Backsound*

*Backsound* yang digunakan pada media video ini adalah *music no copyright* dengan judul *Instrumental Backsound*. *Backsound* tersebut digunakan dari awal tampilan video hingga akhir video.

b. *Sound Effect*

*Sound effect* yang digunakan pada media video ini adalah dengan *effect “whoosh” dan “pop”*, *sound* ini digunakan pada *motion graphic* pada *bumper opening* dan *closing video* sebagai pelengkap agar animasi terkesan hidup.

c. *Voice Over*

*Voice over* yang digunakan pada media video ini adalah dengan menggunakan *sound* dari *dubber* yang direkam dengan menggunakan aplikasi *responsive voice* dan menggunakan bahasa Indonesia.

3. Perencanaan *Visual*

Menjelaskan tampilan video yang akan di tayangkan kepada khalayak luas kepada masyarakat. Tahapan ini video yang telah disusun sesuai dengan alur akan diolah dan akan menghasilkan video yang berkualitas.



Gambar 10. *Scene* 12/ Menampilkan *Bumper Video*



Gambar 11. *EXT / Scene* 3 / Menampilkan Lokasi Taman Potret / *Day / Full Shoot*



Gambar 12. *EXT / Scene 4 / Menampilkan Lokasi Taman Gajah / Day / Full Shoot*



Gambar 13. *EXT / Scene 5 / Menampilkan Lokasi Taman Herbal / Day / Full Shoot*



Gambar 14. *EXT / Scene 6 / Menampilkan Lokasi Taman Eco Farm / Day / Full Shoot*



Gambar 15. *EXT / Scene 7 / Menampilkan Lokasi Taman Eco Park / Day / Full Shoot*



Gambar 16. *EXT / Scene 8 / Menampilkan Lokasi Taman Pisang / Day / Full Shoot*



Gambar 17. *EXT / Scene 9 / Menampilkan Lokasi Taman Ekspresi / Day / Full Shoot*



Gambar 18. *Scene 10 / Menampilkan Closing Bumper Video*

4. Perencanaan *Broadcasting*

Perencanaan *broadcasting* adalah tahapan akhir dari proses produksi. Dalam perencanaan *broadcasting* dibagi menjadi tiga aspek yang terdiri dari tujuan *broadcasting*, strategi *broadcasting* juga program *broadcasting*. Dengan perencanaan *broadcasting* maka rancangan video tersebut akan disiarkan di media-media *online* yang dapat diakses oleh masyarakat.

**3.3 Post Production**

*Post Production* adalah tahap akhir dari dalam rancangan media video sinematografi ini yang telah disusun sedemikian rupa sesuai dengan ide dan konsep cerita. Tahapan selanjutnya adalah *post production* yang terdiri dari berbagai proses seperti *digitizing*, *editing*, *mixing*, *finishing*, *exporting* kemudian segmen pasar.

**1. Tahapan Digitizing**

Tahapan *digitizing* adalah proses pemindahan hasil dari tahapan produksi ke perangkat yang digunakan untuk melakukan seleksi terhadap gambar yang memiliki kualitas yang baik untuk tahapan selanjutnya diolah.

**2. Tahapan Editing**

Tahapan *editing* adalah tahapan seluruh video yang sudah dipilih untuk digunakan pada tahapan proses editing. Editing dilakukan dengan menggunakan tools pengolahan video dan selanjutnya video disusun sesuai dengan *script writing* yang sudah disusun.

**3. Tahapan Mixing**

Tahapan *mixing* adalah tahapan menyatukan suara yang digunakan untuk *background* dengan *dubbing*. Tahapan ini perlu penyusunan antara gambar dengan *dubbing* yang disampaikan sehingga antara gambar dan *dubbing* memiliki persamaan alur cerita yang disampaikan.

**4. Tahapan Finishing**

Tahapan *finishing* adalah tahapan dimana seluruh video sudah disusun sesuai dengan ide, konsep cerita. Tahapan ini *editor* perlu memeriksa kembali apakah seluruh komponen seperti *video*, *dubbing*, *background* hingga *text* sudah sesuai dengan yang telah disusun.

**5. Tahapan Exporting**

Tahapan *exporting* adalah tahapan akhir dari seluruh video yang telah melalui tahapan finishing. Jika video sudah dianggap sesuai dan tidak mengalami perubahan maka video selanjutnya di export dengan kualitas HD (*High Definition*).

**6. Segmen Pasar**

Perancangan media video informasi dan promosi ini dirancang untuk membidik target pasar di wilayah Kota Tangerang dan sekitarnya. Dengan lokasi taman tematik yang dibangun akan mudah dijangkau oleh masyarakat. Dengan adanya perancangan media informasi dan video promosi ini ingin menyorot masyarakat untuk mengetahui kawasan taman tematik yang ada di kawasan Kota Tangerang.

**4. KESIMPULAN**

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah dengan dirancangnya media berbentuk video sinematografi ini akan membantu bagi pihak Disbudpar Kota Tangerang untuk memberikan informasi dan juga promosi kepada masyarakat bahwa terdapat beberapa taman tematik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan meningkatkan kunjungan dari taman tersebut,

meningkatkan citra dari wilayah Kota Tangerang agar dapat dikenal oleh masyarakat dari luar wilayah Kota Tangerang serta meningkatkan ekonomi daerah Kota Tangerang.

## 5. SARAN

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah agar media video informasi dan promosi ini dapat terus dikembangkan karena taman tematik akan terus dibangun di beberapa lokasi serta penyampaian pesan dapat lebih menarik supaya masyarakat Kota Tangerang lebih tertarik untuk datang ke taman tematik dan membantu bagi pihak instansi tersebut untuk menyampaikan informasi dan promosi mengenai pariwisata taman tematik di Kota Tangerang

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fanaqi, Chotijah. Resty Mustika Pratiwi, Firmansyah, 2020, *Strategi Branding Pelaku Usaha pariwisata di Masa Pandemi*, Garut : Universitas Garut. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal* Vol.2 No.4.
- [2] Apriansyah, M Ridwan. Kusno Adi Sanbowo. Arris Maulana, 2019, *Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta*, Jakarta : Universitas Negeri Jakarta, *Jurnal Pendidikan Teknik Sipil* Vol.9 No.1.
- [3] Lestari, Karunia Suci, Ayu Ramadhani dan Arsi Yulianjani, 2021, *Film Dokumenter : "Lestari Lenggang Cisadane" Sebagai Pelestarian Budaya Kota Tangerang*, Tangerang : Universitas Raharja, *MAVIB Journal* Vol. 2 No. 1
- [4] "Inilah Alasan Mengapa Konten Visual Jadi Sarana Promosi Efektif" selengkapnya <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5142350/inilah-alasan-mengapa-konten-visual-jadi-sarana-promosi-efektif>. (diakses 26 Agustus 2022)
- [5] Oktavia, Nia dan Marlina, 2020, *Model Promosi Perpustakaan Pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat*, Padang : Universitas Negeri Padang, *Jurnal Libria* Vol.12 No.1.
- [6] Maulani, Giandari. Citra Jessycha. Deni Erlangga, 2018, *Video Promosi Untuk Program Acara Crazy Challenge MNC Channel-Indovision Dengan Adobe Premiere Pro*, Yogyakarta : Universitas Amikom Yogyakarta, *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2018* Vol. 6 No. 1
- [7] Mair, Zaid Romegar dan Yuni Kartika, 2021, *Alur Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru Politeknik Sekayu Berbasis Multimedia*, Palembang Musi Banyuasin : Politeknik Sekayu, *Jurnal Nasional Ilmu Komputer* Vol.2 No.3.
- [8] Mulyani, Dwi Cahyaningtyas. Pujiyanto. Rina Nurfitri, 2020, *Perancangan Video Pariwisata Kawah Wurung Sebagai Media Promosi*, Malang : Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia Malang, *Jurnal Mavis* Vol.2 No.1.
- [9] Desmira. Didik Aribowo. Ratna Ekawati, 2021, *Video Promosi Wisata "Cikal Adventure" di Kecamatan Padarincang*, Serang : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol.3 No.2.

- [10] Derajat, Ravi, 2021, *Perancangan Video Agrowisata Sawah Solok Sebagai Media Promosi*, Padang : Universitas Negeri Padang, Jurnal Desain Komunikasi Visual Vol.10 No.3.
- [11] Thasya, Nurul dan Marisa Asuti, 2021, *Perancangan Video Dokumenter Purwakarta Istimewa*. Bandung : Universitas Widyatama, Jurnal Visual Ideas Vol.1 No.1.
- [12] Fatimah, Siti dan Narsul Kamal, 2019, *Perancangan Video Promosi Objek Wisata Goa Batu Kapal di Kabupaten Solok Selatan*, Padang : Universitas Negeri Padang, Jurnal Dekave Vol.9 No.1.