

# Video Promosi sebagai Media Pemasaran Kreatif Rupa Hiera Space Cisauk

Karunia Suci Lestari<sup>1</sup>, Akhmad Jalaludin<sup>\*2</sup>, Yassar Bhanu Ersanto<sup>3</sup>,  
Sadam Jasuma Pawira<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja  
Jl. Jendral Sudirman No.40 Modern Cikokol Tangerang

Email: <sup>1</sup> [suci@raharja.info](mailto:suci@raharja.info), <sup>\*2</sup> [akhmad.jalaludin@raharja.info](mailto:akhmad.jalaludin@raharja.info), <sup>3</sup> [yassar@raharja.info](mailto:yassar@raharja.info),  
<sup>4</sup> [sadam@raharja.info](mailto:sadam@raharja.info)

## Abstrak

*Bisnis restoran saat ini membutuhkan promosi untuk mencapai tujuan mereka, terutama untuk mempertahankan usahanya dan menghasilkan laba yang maksimal. Media promosi berbasis video dinilai efektif karena mampu menampilkan menu, fasilitas, dan keunggulan restoran secara visual melalui kombinasi musik, gambar, dan efek, sehingga lebih menarik serta dapat membangun kedekatan emosional dengan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Rupa Hiera Space, cabang ketiga dari jaringan restoran Rupa Space yang berdiri sejak Maret 2023 di Cisauk, Kabupaten Tangerang. Permasalahan utama yang dihadapi adalah minimnya promosi di media digital, terutama YouTube, serta terbatasnya konten informatif yang hanya berupa dokumentasi singkat di Instagram dan TikTok. Kondisi tersebut membuat informasi tentang restoran belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah merancang video promosi yang menampilkan profil, menu, fasilitas, dan keunggulan Rupa Hiera Space untuk menarik minat konsumen. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, serta penerapan Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Perancangan media dengan Adobe Premiere Pro 2019 dan Adobe Photoshop CC 2019, serta Konsep Produksi Media yaitu Pre production, Production dan Post Production. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video promosi yang dihasilkan efektif dalam meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan promosi, serta berpotensi memperkuat brand awareness restoran.*

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

## Abstract

*Restaurant businesses today require promotions to achieve their goals, particularly to maintain their operations and maximize profits. Video-based promotional media is considered effective because it can visually display the restaurant's menu, facilities, and advantages through a combination of music, images, and effects, making it more engaging and able to build emotional closeness with customers. This research was conducted at Rupa Hiera Space, the third branch of the Rupa Space restaurant chain, established in March 2023 in Cisauk, Tangerang Regency. The main problems faced were the lack of promotion on digital media, especially YouTube, and the limited informative content, which consisted only of short documentation on Instagram and TikTok. These conditions prevented information about the restaurant from being optimally conveyed to the public. The purpose of this research was to design a promotional video that showcases the profile, menu, facilities, and advantages of Rupa Hiera Space to attract consumer interest. The methods used included observation, interviews, literature studies, and the application of the Multimedia Development Life Cycle (MDLC). The media design used Adobe Premiere Pro 2019 and Adobe Photoshop CC 2019, as well as the Media Production Concept, namely Pre-production, Production, and Post-production. The results of the study showed that the promotional videos produced were effective in increasing appeal, expanding promotional reach, and potentially strengthening restaurant brand awareness.*

**Keywords** - Promotional Video, Restaurant, Media.

## 1. PENDAHULUAN

Bisnis restoran saat ini membutuhkan promosi untuk mencapai tujuan mereka, terutama untuk mempertahankan usahanya dan menghasilkan laba yang maksimal. Promosi memainkan peran penting dalam memperkenalkan dan meningkatkan minat masyarakat terhadap bisnis yang di pasarkan. Industri kuliner harus mempertimbangkan kualitas makanan dan minuman, layanan pelanggan, konsep dan suasana restoran untuk mencapai hal ini. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang, bahwa saat ini bisnis di bidang kuliner pada tahun 2023, sebanyak 370 *restaurant*, di wilayah Tangerang, sehingga pemilik restoran memerlukan strategi pemasaran yang lebih efektif, program promosi yang tepat, serta penawaran menarik.

Salah satu elemen pemasaran yang sangat penting dalam mencapai tingkat kepuasan konsumen adalah promosi.<sup>[1]</sup> Dengan *Video* promosi adalah alat komunikasi yang dapat mengirimkan pesan positif kepada khalayak tujuan bisnis<sup>[2]</sup>. dengan menggunakan narasi yang tepat dan visual yang kuat dalam *video*, restoran dapat menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dipahami dan sederhana untuk dipahami. *Video* seringkali lebih disukai dan dibagikan oleh pengguna media sosial, sehingga membantu restoran mencapai audiens yang lebih luas.

*Restaurant* Rupa Space didirikan pada tahun 2020, saat ini memiliki 2 cabang yaitu Rupa Kencana Space dan Rupa Melati Space, serta membuka cabang baru ketiga pada Maret 2023, yaitu *Restaurant* Rupa Hiera Space, yang berada di Cicayur, Jalan Al Amanah II No.115, Cikuda, Kecamatan Cisauk, Banten. Merupakan *restaurant* dengan *venue* yang mengutamakan makanan dan minuman lokal nusantara dengan sentuhan modern Indonesia, yang memiliki banyak pilihan menu, yaitu lebih dari tiga puluh menu makanan dan minuman, serta layanan katering yang dapat mencakup hingga seratus menu. Fasilitas yang disediakan diantaranya, ruang makan lesehan dan kursi, *VIP room*, dapur lengkap dengan mini kitchen, kamar tidur, kamar mandi, dan ada area untuk tamu. Selain itu, ada area taman, serta mushola dan *carnival game booth*, Keunggulannya adalah area taman yang luas, yang cocok untuk berbagai acara.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran Rupa Hiera Space, yaitu dengan Ibu Winda S.Sabrina, S.Par., selaku pembimbing lapangan. Masalah yang dihadapi saat ini adalah, masih kurangnya aktivitas promosi di *YouTube* dan *platform* media sosial, karena sebelumnya hanya memposting dokumentasi foto dan *video reels* singkat di *Instagram* dan *Tiktok*, serta belum menyampaikan informasi rinci tentang restoran. Selain itu, juga belum memiliki *video* promosi untuk menarik minat pengunjung melalui *youtube* ataupun media sosial yang dimiliki. Kemajuan restoran ini juga terhambat oleh pengembangan media informasi dan promosi yang kurang efektif.

*Restaurant* Rupa Hiera Space telah beroperasi sejak Maret 2023, tetapi mereka masih kesulitan membangun reputasi merek yang kuat di masyarakat, sehingga pemilik melakukan renovasi pada bulan April sampai dengan Agustus 2023 dan mulai beroperasi kembali pada September 2023 sampai dengan sekarang. Berdasarkan data yang di peroleh, jumlah pengunjung yang datang sejak Maret 2023 sampai dengan Februari 2024, masih belum stabil dan belum mencapai target yang di harapkan yaitu sebanyak 4.000 pengunjung per tahunnya.

Sehingga, solusinya adalah meningkatkan aktivitas promosi di *YouTube* dan mengembangkan konten visual yang menarik di berbagai media sosial yang dimiliki, untuk lebih menarik minat calon pelanggan, lebih khusus di daerah Tangerang dan sekitarnya, dan biasanya mencakup seluruh Indonesia. Melalui Perancangan Media *video* ini dapat membantu menginformasikan dan mempromosikan sehingga masyarakat luas dapat lebih dikenal. diharapkan lebih menambah jumlah konsumen, klien dan omset setiap tahunnya.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode yaitu: (1) Pengumpulan data dengan Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, (2) Analisis *MDLC*, (3) Perancangan media dengan di dukung *software* yaitu *Adobe Premiere Pro 2019* dan *Adobe Photoshop CC 2019* (4) Konsep

Produksi Media yang terdiri dari: *Pre production* (Pra Produksi), *Production* (Produksi) dan *Post Production* (Pasca Produksi).

### Analisis MDLC

Penelitian ini menggunakan metode *MDLC* untuk mengeksplorasi kebutuhan media informasi berbasis audio visual. Berikut hasil analisisnya.

Tabel 1. Analisis *MDLC*

<i>MDLC</i>	Deskripsi
Konsep ( <i>Concept</i> )	Rupa Hiera Space membutuhkan media promosi efektif untuk menarik pelanggan. Maka, dirancang <i>video</i> promosi berisi profil, produk, layanan, dan keunggulan restoran, yang disebarakan melalui media sosial untuk menjangkau target audiens dan meningkatkan kunjungan.
Desain ( <i>Design</i> )	Pada tahap ini, penulis akan mengimplementasikan ide-ide yang telah dijelaskan sebelumnya dengan membuat <i>storyboard</i> untuk mengembangkan alur cerita dan naskah. <i>Storyboard</i> ini akan menjadi panduan dalam pembuatan <i>video</i> promosi <i>restaurant</i> Rupa Hiera Space, sehingga ide dan konsep yang telah direncanakan dapat direalisasikan dalam <i>video</i> tersebut.
Pengumpulan Materi ( <i>Material Collecting</i> )	Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian dengan melakukan observasi langsung di <i>restaurant</i> Rupa Hiera Space.
Pembuatan ( <i>Assembly</i> )	Pembuatan <i>video</i> dilakukan dengan teknik pengambilan gambar seperti <i>orbit</i> , <i>panning</i> , <i>tilt</i> , <i>zoom</i> , dan <i>tracking</i> . Setelah itu, elemen visual dibuat di <i>Adobe Photoshop CC 2019</i> , lalu <i>video</i> di <i>edit</i> dengan <i>Adobe Premiere Pro CC 2019</i> dengan penambahan <i>motion graphic</i> , <i>audio</i> , dan <i>rendering</i> akhir.
Pengujian ( <i>Testing</i> )	Penulis mengevaluasi <i>video</i> promosi untuk memastikan kesesuaian dengan konsep, efektivitas pesan, dan bebas dari kesalahan. <i>Video</i> ditinjau ulang secara cermat, termasuk oleh pihak restoran, dan akan disesuaikan jika ada permintaan revisi dari <i>stakeholder</i> .
Distribusi ( <i>Distribution</i> )	<i>Video</i> promosi Rupa Hiera Space ditayangkan kepada publik dan diunggah ke <i>YouTube</i> , <i>Instagram</i> , serta <i>TikTok</i> . Publikasi melalui media sosial dipilih untuk menjangkau audiens luas dan mempercepat penyebaran informasi secara efektif.

### Literature Review

Berikut adalah ulasan dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian:

1. Penelitian yang dilakukan Fuji Soleha dan Neila Susanti (2023)<sup>[3]</sup> “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Bukit Indah Simarjarunjung menggunakan media sosial untuk mempromosikan wisatanya..
2. Penelitian yang dilakukan oleh Baqi, dkk (2024)<sup>[4]</sup>, “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Pada Restoran Gubug Makan Mang Engking Citra Raya” ingin memberikan informasi tentang produk dan membuat pembeli yakin tentang manfaatnya..
3. Penelitin yang dilakukan oleh Mulyati, dkk (2024)<sup>[5]</sup>, “Media Promosi Berbasis Video Pada Resto Gue BSD” adalah penelitian yang bertujuan untuk membantu restoran dalam memberikan informasi dan penawaran yang lebih lengkap dengan

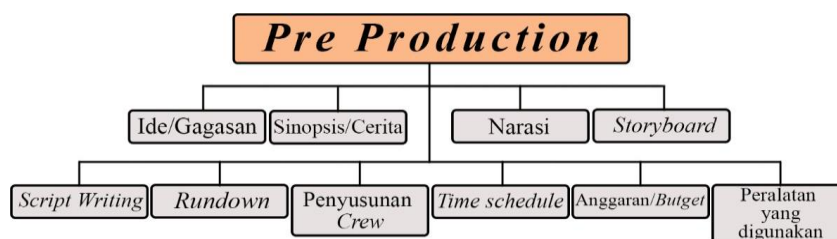
menggunakan YouTube dan Instagram, serta update tentang profil, layanan, dan fasilitas.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmadi, dkk (2024)<sup>[6]</sup>, “Strategi Pemasaran Digital Menggunakan Influencer Marketing Dalam Pembuatan Video Promosi Outlet Oleh-Oleh” Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka melalui konten video yang diunggah di Instagram..
5. Penelitian yang dilakukan oleh Nuranindya, dkk (2023)<sup>[7]</sup>, “Optimisme saat pandemi: Strategi cerita pada video promosi destinasi pariwisata yang sangat penting. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi penggunaan strategi cerita digital pada konten-konten yang dipromosikan dalam video yang menampilkan Danau Toba, Lombok, Labuan Bajo, dan Borobudur..

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pre Production

*Preproduction* merupakan proses perancangan yang terdiri dari beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut termasuk menentukan ide, membuat sinopsis, menyusun narasi, membuat sketsa atau *storyboard*, menulis naskah, menyusun *rundown*, dan memilih kru yang akan berpartisipasi dalam produksi. Selanjutnya, menetapkan jadwal produksi, menetapkan anggaran, dan menyiapkan peralatan yang diperlukan. akan digunakan untuk membuat media profil<sup>[8]</sup>. Gambar berikut memberikan penjelasan lebih lanjut.:



Gambar 1. Pre Production

#### 1. Ide atau gagasan

Langkah awal *Pre Production* adalah menciptakan ide *video* yang unik dan sesuai kebutuhan *stakeholder*. Untuk promosi Rupa Hiera Space, konsep dibuat berdasarkan informasi lengkap tentang profil, produk, keunggulan, fasilitas, dan layanan restoran.

#### 2. Sinopsis

Sinopsis adalah ringkasan yang ditulis dalam bentuk narasi yang dapat membantu penonton memahami alur cerita.<sup>[9]</sup>, Berikut adalah sinopsis *video* promosi untuk *Restaurant Rupa Hiera Space*:

Tabel 2. Sinopsis

Sinopsis
<p>“Rupa Hiera Space ialah restoran dengan konsep ruang terbuka hijau yang indah, berlokasi di Jalan Al Amanah II No.115, Cikuda, Cisauk, Banten. Restoran ini menyajikan masakan Nusantara modern dan menawarkan pengalaman menikmati hidangan lezat. Pelayanan kami ramah dan nyaman untuk para pengunjung, menu andalan kami mencakup nasi daun jeruk dan ayam goreng, nasi kecombrang dan bebek madura, kopi susu pandan, sekabiru tea, dan banyak lagi. Fasilitas yang tersedia meliputi area taman untuk berfoto, carnival game booth, area duduk, toilet, mushola, serta</p>

*ruangan VIP dengan kamar tidur, ruang rias, ruang tamu, dan mini kitchen, Restaurant Rupa Hiera Space cocok untuk berbagai acara, seperti halal bi halal, wedding, birthday party, blind date dan lainnya. Kami juga menampilkan testimoni pengunjung serta informasi alamat dan media sosial”.*

### 3. Narasi

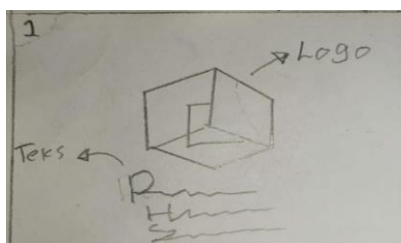
Narasi adalah kumpulan teks atau kalimat yang menceritakan percakapan tentang suatu peristiwa dari awal, pertengahan, hingga akhir. Tujuan utamanya adalah untuk memberi audiens informasi yang mudah dipahami. Cerita yang dibuat menjadi komponen utama proses rekaman<sup>[10]</sup>. Berikut adalah narasi yang digunakan untuk *dubbing* atau *voice over* dalam *video* promosi Restaurant Rupa Hiera Space:

Tabel 3. Narasi

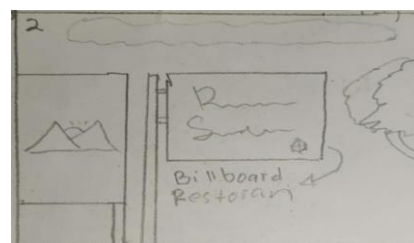
Narasi
<i>“Rupa Space didirikan pada tahun dua ribu dua puluh/ dan saat ini memiliki dua cabang/ yaitu Rupa Kencana Space dan Rupa Melati Space// Cabang ketiga Rupa Hiera Space dibuka pada Maret dua ribu dua puluh tiga// Restaurant Rupa Hiera Space berada di// Cisayur/ Jalan Al Amanah dua/ Nomor// seratus lima belas/ Cikuda/ Kecamatan Cisauk/ Banten// Restoran ini mengusung konsep ruang terbuka hijau yang alami dan asri// Menyajikan masakan Nusantara modern/ serta menawarkan pengalaman yang ideal untuk menikmati hidangan lezat// Dengan pelayanan yang ramah dan penjelasan yang jelas/ kami memberikan pengalaman yang nyaman bagi pembeli// Tempat ini sangat cocok untuk menjadi destinasi liburan yang menyenangkan bersama teman dan keluarga// Makanan dan minuman disini disajikan oleh para chef yang ahli/ Kami juga memiliki menu unggulan seperti/ nasi daun jeruk dan ayam goreng/ nasi kecombrang dan bebek madura/ kopi susu pandan/ sekabiru tea/ dan masih banyak lagi// Anda dapat menikmati hidangan ini dengan nyaman dan puas// Rupa Hiera Space juga memiliki berbagai macam fasilitas seperti area taman untuk berfoto/ carnival game booth/ area duduk/ toilet/ mushola/ dan ada juga ruangan VIP yang meliputi/ kamar tidur/ ruang rias/ ruang tamu/ dan mini kitchen// Disini kamu juga bisa mengadakan berbagai acara seperti/ halal bi halal/ wedding/ birthday party/ blind date/ dan masih banyak lagi// Berikut testimoni para pengunjung// Buruan nikmati sensasinya/ hanya di Rupa Hiera Space//”</i>

### 4. Storyboard

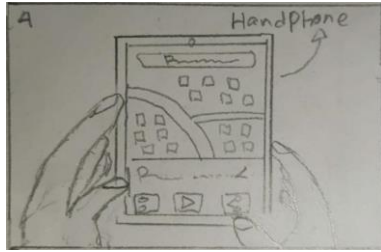
*Storyboard* adalah visualisasi yang dibuat dengan menggunakan sketsa pensil dan disusun secara berurutan sesuai dengan naskah untuk membuat konsep cerita lebih mudah disampaikan.<sup>[11]</sup> Berikut adalah *storyboard* yang digunakan untuk *video* promosi Restaurant Rupa Hiera Space:



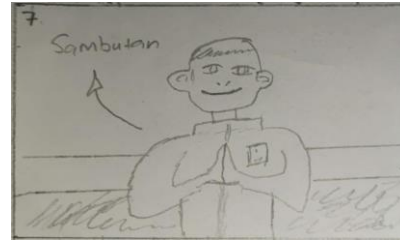
Gambar 2. Scene 1 / Menampilkan bumper logo Rupa Hiera Space



Gambar 3. Scene 2 / EXT / Day / Low Angle / Menampilkan video footage papan nama resto dan menjelaskan profil Rupa Hiera Space



Gambar 4. *Scene 3 / EXT / Day / Close Up / Menampilkan video talent mencari lokasi maps Rupa Hiera Space*



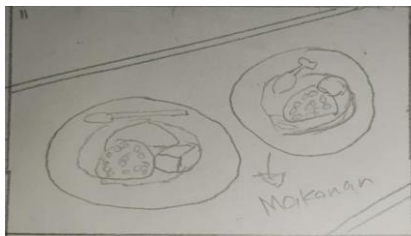
Gambar 5. *Scene 4 / INT / Day / Medium Close Up / Menampilkan video sambutan pegawai*



Gambar 6. *Scene 5 / INT / Day / Close Up / Menampilkan video talent memesan makanan dan minuman dari buku menu*



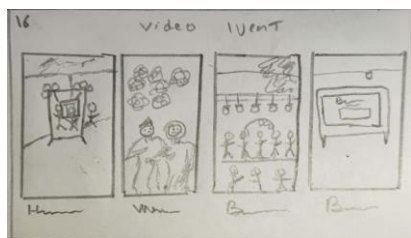
Gambar 7. *Scene 6 / INT / Day / Medium Shot / Menampilkan video footage mempersiapkan makanan dan minuman dari awal hingga selesai dari dapur*



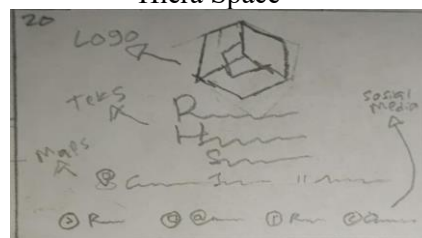
Gambar 8. *Scene 7 / INT / Day / Medium Close Up / Menampilkan video footage makanan dan minuman*



Gambar 9. *Scene 8 / EXT / Day / Over Shoulder / Menampilkan video footage fasilitas seperti area taman, carnival game booth, area duduk, toilet, mushola, ruangan VIP seperti kamar tidur, ruang rias, ruang tamu, mini kitchen yang berada di Rupa Hiera Space*



Gambar 10. *Scene 9 / Menampilkan motion graphic event Rupa Hiera Space*



Gambar 11. *Scene 10 / Menampilkan video closing bumper logo, alamat, sosial media dan nomor kontak restoran*

## 5. Script Writing

*Script writing* adalah rancangan teks yang mencakup rincian setiap skenario yang berasal dari ide-ide yang telah diproses menjadi sinopsis dan kemudian digabungkan dengan ide-ide yang menarik.<sup>[13]</sup> Berikut contoh skrip untuk *video* promosi *Restaurant Rupa Hiera Space*:

Tabel 4. *Script Writing*

No.	<i>Visual</i>	<i>Audio</i>
1.	Menampilkan <i>bumper</i> logo Rupa Hiera Space	<i>Sound Effect/</i>
2.	Menampilkan <i>video footage</i> papan nama restoran dan menjelaskan profil Rupa Hiera Space	<i>Music/ Rupa Space didirikan pada tahun dua ribu dua puluh/ dan saat ini memiliki dua cabang/</i>
3.	Menampilkan <i>video talent</i> mencari lokasi <i>maps</i> Rupa Hiera Space	<i>Restaurant Rupa hiera space berada di//</i>
4.	Menampilkan <i>video</i> sambutan pegawai	<i>Dengan pelayanan yang ramah dan penjelasan yang jelas/</i>
5.	Menampilkan <i>video talent</i> memesan makanan dan minuman dari buku <i>menu</i>	<i>kami memberikan pengalaman yang nyaman bagi pembeli// Tempat ini sangat cocok untuk menjadi destinasi liburan yang menyenangkan bersama teman dan keluarga//</i>
6.	Menampilkan <i>video footage</i> mempersiapkan makanan dan minuman dari awal hingga selesai dari dapur	<i>Music</i>
7.	Menampilkan <i>video footage</i> makanan dan minuman	<i>Kami juga memiliki menu unggulan seperti/ nasi daun jeruk dan ayam goreng/ nasi kecombrang dan bebek madura/ kopi susu pandan/ sekabiru tea/ dan masih banyak lagi//</i>
8.	Menampilkan <i>video footage</i> fasilitas seperti area taman, <i>carnival game booth</i> , area duduk, <i>toilet</i> , <i>mushola</i> , ruangan <i>VIP</i> seperti kamar tidur, ruang rias, ruang tamu, <i>mini kitchen</i> yang berada di Rupa Hiera Space	<i>Rupa Hiera Space juga memiliki berbagai macam fasilitas seperti area taman untuk berfoto/ Carnival Game Booth/ area duduk/ toilet/ mushola/ dan ada juga ruangan VIP yang meliputi/ kamar tidur/ ruang rias/ ruang tamu/ dan mini kitchen//</i>
9.	Menampilkan <i>motion graphic event</i> Rupa Hiera Space	<i>Disini kamu juga bisa mengadakan berbagai acara seperti/ halal bi halal/ wedding/ Birthday Party/ blind date/ dan masih banyak lagi//</i>
10.	Menampilkan <i>video closing bumper</i> logo, alamat, sosial media dan nomor kontak restoran	<i>Music/ Sound Effect</i>

#### 6. *Rundown*

*Rundown* adalah susunan program untuk proyek *video* yang disusun secara sistematis berdasarkan scene dan dibatasi oleh durasi. Program ini juga mengelompokkan di lokasi yang sama dan memberikan penjelasan tentang pengambilan gambar atau shooting yang disesuaikan dengan susunan jadwal yang ditentukan.<sup>[14]</sup> Berikut adalah ringkasan dari perancangan *video* promosi untuk *Restaurant* Rupa Hiera Space:

Tabel 5 *Rundown*

No.	<i>Scene</i>	<i>Location</i>	<i>Duration</i>	<i>Animasi/Int/Ext</i>	<i>Visual</i>
1.	1	-	0:00:00 - 0:00:02	Animasi	Menampilkan <i>bumper</i> logo Rupa Hiera Space

2.	2	-	0:00:03 - 0:00:05	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>video footage</i> papan nama resto dan menjelaskan profil Rupa Hiera Space
3.	3	-	0:00:06 - 0:00:16	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>video talent</i> mencari lokasi <i>maps</i> Rupa Hiera Space
4.	8	-	0:00:46 - 0:00:55	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>video footage</i> fasilitas seperti area taman, <i>carnival game booth</i> , area duduk, <i>toilet</i> , <i>mushola</i> , ruangan <i>VIP</i> seperti kamar tidur, ruang rias, ruang tamu, <i>mini kitchen</i> yang berada di Rupa Hiera Space
5.	4	Berada di kasir Restoran Rupa Hiera Space	0:00:17 - 0:00:24	<i>INT</i>	Menampilkan <i>video</i> sambutan pegawai
6.	5	Berada di kasir Restoran Rupa Hiera Space	0:00:25 - 0:00:28	<i>INT</i>	Menampilkan <i>video talent</i> memesan makanan dan minuman dari buku <i>menu</i>
7.	6	Dapur Restoran Rupa Hiera Space	0:00:29 - 0:00:42	<i>INT</i>	Menampilkan <i>video footage</i> mempersiapkan makanan dan minuman dari awal hingga selesai dari dapur
8.	7	Dapur Restoran Rupa Hiera Space	0:00:43 - 0:00:45	<i>INT</i>	Menampilkan <i>video footage</i> makanan dan minuman
9.	9	-	0:00:56 - 0:01:02	<i>Animasi</i>	Menampilkan <i>motion graphic event</i> Rupa Hiera Space
10.	10	-	0:01:03 - 0:01:08	<i>Animasi</i>	Menampilkan <i>video closing bumper</i> logo, alamat, sosial media dan nomor kontak restoran

#### 7. Kru Produksi

Untuk mempermudah produksi *video* promosi *Restaurant* Rupa Hiera Space, diperlukan sebuah tim yang terdiri dari sutradara, penulis skenario, kameramen, asisten kameramen, pilot *drone*, *editor*, *dubber* dan *talent*. Berikut adalah penyusunan *crew* dari perancangan *video* promosi untuk *Restaurant* Rupa Hiera Space:

Tabel 6. Penyusunan Crew

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Akhmad Jalaludin
2.	Script Writer	Akhmad Jalaludin
3.	Kameramen	Akhmad Jalaludin
4.	Asisten Kameramen	Muhammad Fadla Salam
5.	Pilot drone	Aang Hidayat
6.	Dubber	Pingkan Maesyara
7.	Editor	Akhmad Jalaludin
8.	Talent	a. Diki Pratama Saputra b. Dea Mutiara Irawan

8. Time Schedule

Jadwal waktu adalah rencana yang menunjukkan perkiraan waktu dari awal hingga akhir proyek untuk menyelesaikannya dalam waktu yang ditentukan.<sup>[15]</sup>. Berikut adalah jadwal perancangan *video* promosi *Restaurant Rupa Hiera Space*:

Tabel 7. Time Schedule

Tahapan	Maret 2024				April 2024				Mei 2024				Juni 2024				Juli 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pre production	Pengajuan Observasi	■	■																	
	Pengumpulan Data		■	■	■															
	Analisis Data				■															
	Ide/Gagasan				■	■														
	Sinopsis				■	■														
	Narasi				■	■														
	Storyboard					■	■													
	Script Writing						■	■												
	Rundown						■	■												
	Penyusunan Crew						■	■												
	Time Schedule						■	■												
Setting alat	Anggaran/Budget						■	■												
	Setting alat							■	■											
Production	Perencanaan Multimedia								■	■										
	Perencanaan Audio									■	■									
	Perencanaan Visual										■	■								
	Perencanaan Broadcasting											■	■							
Post Production	Digitizing											■	■							
	Editing												■	■	■	■				
	Mixing														■	■				
	Finishing															■	■			
	Exporting																■	■		
	Segmen Pasar																		■	

9. Budget Produksi Media

Membuat *video* promosi memerlukan peralatan dan kru yang biayanya cukup tinggi. *Budget* atau anggaran merupakan proses menghitung dan memperhitungkan semua pengeluaran selama produksi. Berikut adalah biaya yang diperlukan untuk pembuatan *video* promosi *Restaurant Rupa Hiera Space*:

Tabel 8. Anggaran Produksi Media

No.	Alat Produksi	Keterangan	Hari	Jumlah	Biaya Produksi
1.	<i>Survey Lokasi</i>	-	4	-	@Rp.100.000 x 4 hari = Rp.400.000
2.	Konsumsi dan Transportasi	Beli	2	4 orang	@Rp.80.000 + Rp.70.000 x 4 orang x 2 hari = Rp.1.200.000
3.	<i>Voice Over</i>	Jasa	2	1	@Rp.100.000 x 2 hari = Rp.200.00
4.	<i>Talent</i>	Jasa	2	1	@Rp.300.000 x 2 hari = Rp.600.000
5.	<i>Pilot Drone</i>	Jasa	1	1	@Rp.150.000
6.	<i>Drone DJI MINI 2 SE</i>	Sewa	1	1	@Rp.600.000
7.	<i>Wifi</i>	Milik Pribadi	4 bulan	1	@Rp.240.000 x 4 bulan = Rp.960.000
8.	<i>Laptop Asus ROG GL552J</i>	Milik Pribadi	5 bulan	1	-
9.	<i>Camera Sony A6400</i>	Sewa	2	1	@Rp.225.000 x 2 hari = Rp.450.000
10.	<i>Camera Sony A6000</i>	Sewa	2	1	@Rp.250.000 x 2 hari = Rp.500.000
11.	<i>Lensa Viltrox AF 20/2.8 FE</i>	Sewa	2	1	@Rp.150.000 x 2 hari = Rp.300.000
12.	<i>Lensa Sigma 30mm F 1.4</i>	Sewa	2	1	@Rp.125.000 x 2 hari = Rp.250.000
13.	<i>Memory Sandisk 64Gb</i>	Sewa	2	2	@Rp.50.000 x 2 hari = Rp.100.000
14.	<i>Gimbal DJI Ronin SC</i>	Sewa	2	1	@Rp.250.000 x 2 hari = Rp.500.000
15.	<i>Tripod</i>	Sewa	2	1	@Rp.50.000 x 2 hari = Rp.100.000
16.	<i>Handphone</i>	Milik Pribadi	2	1	-
17.	<i>Earphone TRN V90n</i>	Milik Pribadi	-	1	-
18.	<i>Microphone Maono PD100</i>	Sewa	2	1	@Rp.75.000 x 2 hari = Rp.150.000
19.	<i>Sound Card Dolphin Orca MK2</i>	Sewa	2	1	@Rp.50.000 x 2 hari = Rp.100.000
20.	<i>Hardisk Eksternal 150 GB</i>	Milik Pribadi	2	1	-
21.	<i>Adobe Premiere pro 2019</i>	Free Download	-	1	-

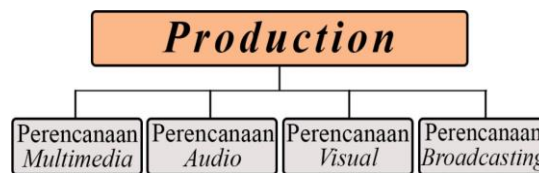
22.	<i>Adobe Photoshop CC 2019</i>	<i>Free Download</i>	-	1	-
23.	<i>DVD RW, Label dan Case</i>	Beli	-	4	@Rp.15.000 x 4 pcs = Rp.60.000
<b>Total</b>					<b>Rp. 6. 620.000</b>

10. Peralatan

Dalam pembuatan video ini di dukung peralatan seperti, *Laptop Asus ROG GL552J, Camera Sony A6400, Camera Sony A6000 Lensa Viltrox AF 20/2.8 FE, Lensa Sigma 30mm F 1.4, Memory Sandisk 64Gb, Tripod, Gimbal DJI Ronin SC, Drone DJI MINI 2 SE, Handphone Earphone TRN V90n, Microphone Maono PD100, Soundcard Dolphin Orca MK2, Hardisk External 150 Gb, Adobe Premiere Pro 2019, Adobe Photoshop CC 2019, DVD.*

3.2. Production

Tahap produksi adalah pengambilan gambar di lapangan, di mana pemain dan kru bekerja sama untuk membuat skenario, *storyboard*, dan naskah untuk tahap preproduksi..<sup>[12]</sup>. Langkah-langkah selanjutnya dalam proses pembuatan meliputi perencanaan *multimedia, audio, visual, dan broadcasting.*



Gambar 12. Production

1. Perencanaan Multimedia

Perencanaan *multimedia* dirancang untuk mempromosikan *Restaurant Rupa Hiera Space*, dengan menggabungkan tiga elemen suara, teks, dan gambar yang diolah secara *digital* untuk menciptakan konten *audio visual* yang dinamis dan interaktif. program multimedia, tujuan multimedia, dan strategi *multimedia* merupakan tiga elemen inti dalam perencanaan *multimedia* tersebut.

2. Perencanaan Audio

Untuk menyampaikan informasi, perencanaan *audio* sangat penting. dengan cara yang informatif, kreatif, dan komunikatif. Dalam video promosi, *audio* berfungsi untuk menarik perhatian, memperkuat pesan, dan menciptakan suasana yang mendukung konten. Untuk mencapai perencanaan *audio* yang efektif, diperlukan tujuan, strategi, dan program yang jelas. Tanpa perencanaan *audio* yang baik, video promosi akan terasa membosankan dan tidak menarik bagi penonton. *Audio* dalam video promosi ini meliputi *voice over* dan 2 musik latar yaitu "*Upbeat Pop*" dan "*Retro Funk*" yang diambil dari *YouTube*.

3. Perencanaan Visual

Perencanaan *visual* dalam pembuatan video promosi ini, melibatkan penggabungan berbagai elemen untuk menghasilkan pesan, impresi dan *visual* yang menarik. Restoran *Rupa Hiera Space* menggunakan strategi perencanaan *visual* sebagai bagian dari upaya promosi mereka, menggunakan gambar atau visualisasi untuk menarik perhatian dalam *video* promosi.

4. Perencanaan Broadcasting

Dalam distribusi *video* promosi Restoran *Rupa Hiera Space*, perencanaan penyiaran sangat penting untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan mencapai target pengunjung yang diinginkan. Perencanaan penyiaran mencakup

tiga komponen utama: tujuan *broadcasting*, strategi *broadcasting*, dan program *broadcasting*.

### Program Visual

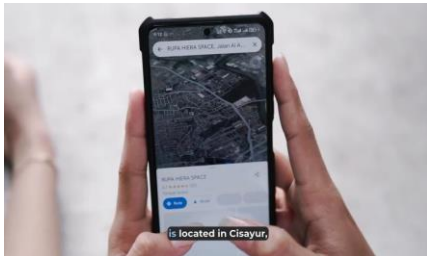
Produksi video promosi Restoran Rupa Hiera Space menggunakan *Adobe Premiere Pro 2019* dan *Adobe Photoshop CC 2019*. Visualisasi dari *video* tersebut dapat dilihat di sini.



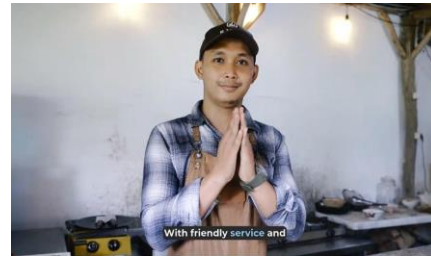
Gambar 13. *Scene 1 / Menampilkan bumper logo Rupa Hiera Space*



Gambar 14. *Scene 2 / EXT / Day / Low Angle / Menampilkan video footage papan nama resto dan menjelaskan profil Rupa Hiera Space*



Gambar 15. *Scene 3 / EXT / Day / Close Up / Menampilkan video talent mencari lokasi maps Rupa Hiera Space*



Gambar 16. *Scene 4 / INT / Day / Medium Close Up / Menampilkan video sambutan pegawai*



Gambar 17. *Scene 5 / INT / Day / Close Up / Menampilkan video talent memesan makanan dan minuman dari buku menu*



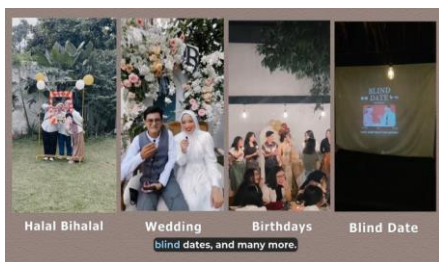
Gambar 18. *Scene 6 / INT / Day / Medium Shot / Menampilkan video footage mempersiapkan makanan dan minuman dari awal hingga selesai dari dapur*



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



Gambar 20. *Scene 8 / EXT / Day / Over Shoulder / Menampilkan video footage fasilitas seperti area taman, carnival game booth, area duduk, toilet, mushola, ruangan VIP seperti kamar tidur, ruang rias, ruang tamu, mini kitchen yang berada di Rupa Hiera Space*



Gambar 21. *Scene 9 / Menampilkan motion graphic event Rupa Hiera Space*



Gambar 22. *Scene 10 / Menampilkan video closing bumper logo, alamat, sosial media dan nomor kontak restoran*

### 3.3 Post Production

*Post production* adalah fase akhir dalam pembuatan *video* di mana *video* disusun dan disempurnakan untuk memberikan informasi lengkap kepada penonton. Proses ini meliputi langkah-langkah seperti digitalisasi, pengeditan, pencampuran *audio*, penyelesaian *visual*, ekspor, dan penargetan pasar. Tujuannya adalah untuk memastikan *video* promosi memiliki informasi yang tepat dan menarik sehingga dapat secara efektif mengkomunikasikan pesan atau isi kepada penonton.



Gambar 23. *Post Production*

#### 1. *Digitizing*

Untuk menghindari kehilangan *file video* atau kerusakan pada *memory card*, *digitizing* adalah proses penting setelah pengambilan gambar. Ini melibatkan memasukkan foto dan *video* ke dalam *hardisk* komputer untuk di edit, yang dilakukan segera setelah *shooting* untuk mengevaluasi hasilnya dan mengurangi risiko *memory card* penuh.

#### 2. *Editing*

Setelah proses *digitizing*, langkah berikutnya adalah melakukan *editing* menggunakan *Adobe Premiere Pro 2019*. *Editing* melibatkan penggabungan elemen-elemen penting dari proyek *video*, seperti pengaturan gambar, memotong, mengubah warna, dan menyesuaikan sesuai dengan kebutuhan, gagasan, naskah, dan *storyboard* yang telah dipersiapkan. Tujuannya adalah untuk menciptakan sebuah *video* yang lengkap, terstruktur, dan menarik bagi penonton.

3. *Mixing*

Selama proses penggabungan *voice over*, *background*, dan *video*, penting untuk menyajikan konten dengan jelas agar penonton dapat memahami informasi yang disampaikan. *Adobe Premiere Pro 2019* digunakan sebagai perangkat lunak untuk melakukan proses ini.

4. *Finishing*

Pada tahap akhir, *editor* harus memastikan bahwa *video*, gambar, *audio*, efek *visual* dan teks untuk setiap *scene* telah disusun dengan benar sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Tahap *finishing* ini merupakan proses akhir di mana semua elemen tersebut digabungkan untuk menciptakan sebuah *video* yang terstruktur dan koheren, memastikan bahwa semuanya dipresentasikan dengan cara yang sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. *Exporting*

Kualitas *video* yang tinggi saat di ekspor adalah tahap akhir dalam proses pembuatan *video*. *Video* dengan resolusi *Full HD 1920x1080 pixel* dapat di ekspor menggunakan *Adobe Premiere Pro 2019*. Setelah proses *render* selesai, *video* akan diunggah ke *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*, serta ditampilkan di Restoran Rupa Hiera Space.

6. Segmentasi Pasar

Saat ini, target pasar meliputi wilayah Tangerang dan Tangerang Selatan, serta meluas ke seluruh Indonesia dan Internasional. *Video* promosi ini dirancang untuk menarik perhatian calon *customer*, relasi dan masyarakat umum melalui *youtube "RUPA Space"*, *instagram "@rupa.space"* dan *TikTok "RUPASPACE"*, dan beberapa kegiatan promosi restoran, dengan tujuan untuk lebih memperkenalkan Restoran Rupa Hiera Space serta membantu restoran mencapai target yang diharapkan pada tahun-tahun mendatang.

#### 4. KESIMPULAN

*Video* promosi *Restaurant Rupa Hiera Space* dirancang secara kreatif dengan kualitas *audio-visual HD* untuk memberikan gambaran menarik tentang pengalaman yang ditawarkan, mulai dari konsep, *visual effect*, estetika, hingga informasi lengkap mengenai profil restoran, produk makanan-minuman, layanan, fasilitas, dan keunggulan lainnya. Strategi pemasaran dilakukan dengan mengoptimalkan media sosial seperti *Instagram*, *TikTok Stories*, dan *YouTube* melalui konten kreatif dan interaktif, serta kampanye promosi untuk menjangkau audiens lebih luas. Target utama dari promosi ini adalah meningkatkan jumlah pengunjung, menarik pelanggan baru, membangun kesadaran merek, serta memperkuat reputasi dan loyalitas pelanggan terhadap Rupa Hiera Space.

#### 5. SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas promosi, bagian pemasaran dan peneliti selanjutnya disarankan terus mengembangkan ide kreatif *video* promosi *Restaurant Rupa Hiera Space* dengan elemen *audio-visual* inovatif, teknik sinematografi, desain grafis, dan efek visual yang menarik. Strategi pemasaran juga perlu disusun secara terstruktur dengan menonjolkan keunggulan restoran, menu khas, serta layanan berkualitas melalui berbagai kanal digital dan media sosial. Untuk mencapai target penjualan dan pertumbuhan tahunan, restoran disarankan mengoptimalkan produksi *video* berkualitas tinggi yang menampilkan menu, suasana, dan pengalaman pelanggan, serta melibatkan *influencer* kuliner dan memberikan penawaran menarik seperti diskon khusus pada acara tertentu, guna menarik perhatian lebih banyak pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.

---

---

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nasrul Efendi, Tya Wildana Hapsari Lubis, and Sugianta Ovinus Ginting, “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen”, *JE*, vol. 28, no. 2, pp. 197–215, Jul. 2023.
- [2] M. ., N. Handayani, and R. Alamsyah, “Media Video Promosi Pada Kayukayu Restaurant Alam Sutera”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 3, no. 1, pp. 86-96, Feb. 2022.
- [3] F. . Soleha, N. . Susanti, and M. Jailani, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba”, *SIBATIK*, vol. 2, no. 3, pp. 963–972, Feb. 2023.
- [4] 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. 118-128, Feb. 2024.
- [5] F. . Soleha, N. . Susanti, and M. Jailani, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba”, *SIBATIK*, vol. 2, no. 3, pp. 963–972, Feb. 2023/
- [6] Mirzam Arqy Ahmadi, M. Shobahiya, Brahmantya Panji Prakosa, Jihan Nur Hidayah, and Erlisa Sulistianingsih, “Strategi Pemasaran Digital Menggunakan Influencer Marketing Dalam Pembuatan Video Promosi Outlet Oleh-Oleh”, *MUJAHADA*, vol. 2, no. 1, pp. 1–17, Jun. 2024.
- [7] D. Nuranindya, A. R. Berto, and A. Y. M. Wahyu, “Optimisme saat pandemi: strategi storytelling pada video promosi destinasi pariwisata super prioritas”, *Indonesian Journal of Communications Studies*, vol. 7, no. 2, pp. 637 - 661, Jul. 2023.
- [8] Supriati, R., Solahudin, P., Jalaludin, A., & Friandi, S. (2024). Media Profil Sebagai Sarana Promosi Pada Pondok Pesantren Modern Terpadu Jabal Nur Cipondoh. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 5(2), 174-187.
- [9] C. Basuki, M. T. Furqon, dan P. P. Adikara, “Temu Kembali Informasi terhadap Sinopsis Film menggunakan Metode BM25F”, *J-PTIIK*, vol. 6, no. 3, hlm. 1239–1246, Feb 2022.
- [10] 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.
- [11] M. P. Baqi, A. Ghiffari, M. Rava, and R. Wulandari, “Video Promosi Program Studi TI MAVIB Pada Universitas Raharja Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 2, pp. 268-280, Aug. 2024.
- [12] M. Budiarto, R. Rahmawan, D. Bayu, and S. ., “Media Promosi Pada Rumah Makan Pondok Saung Gading Kabupaten Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 2, pp. 255-267, Aug. 2024.
- [13] M. ., F. Wardana, and L. Miranda, “Media Company Profile Sebagai Sarana Promosi Pada CV. Sigma Panongan Kabupaten Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 1, pp. 61-74, Feb. 2023.
- [14] N. Choliso, S. Zul Friandi, and A. Ilmi, “Video Promosi Dan Informasi Berbentuk Company Profile Pada PT McCSEN Lite”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 1, pp. 75-87, Feb. 2023.
- [15] D. Desrianti, M. ., and S. Ayuningsih, “Video Sebagai Media Promosi Taman Santap Rumah Kayu Serpong Kota Tangerang”, *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 1, pp. 1-11, Feb. 2023.