

**PERANCANGAN VIDEO EVENT PROMOSI PAMERAN
NASIONAL ALAT MUSIK TRADISIONAL MUSEUM MPU
TANTULAR SEBAGAI UPAYA PROMOSI MUSEUM MPU
TANTULAR**



Kerja Praktik

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

Nyoto Budi Prasetyo

16420100017

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

**PERANCANGAN VIDEO EVENT PROMOSI PAMERAN NASIONAL
ALAT MUSIK TRADISIONAL MUSEUM MPU TANTULAR SEBAGAI
UPAYA PROMOSI MUSEUM MPU TANTULAR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik:



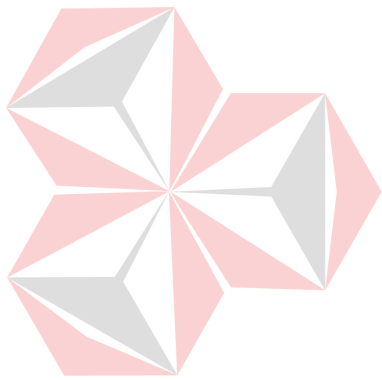
Disusun Oleh:

Nama : NYOTO BUDI PRASETYO
NIM : 16420100017
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2020

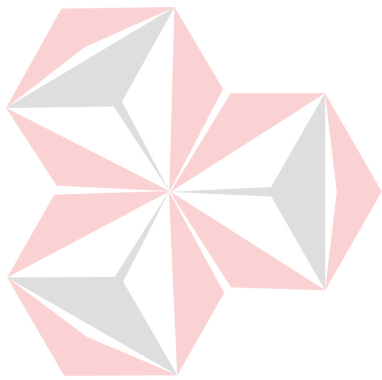
HALAMAN MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Enjoy The Procces”

HALAMAN PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

***“Kupersembahkan kepada keluarga yang tercinta dan selaku teman-teman saya
yang selama ini membantu saya”***

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN VIDEO EVENT PROMOSI PAMERAN NASIONAL
ALAT MUSIK TRADISIONAL MUSEUM MPU TANTULAR SEBAGAI
UPAYA PROMOSI MUSEUM MPU TANTULAR

Laporan Kerja Praktik oleh :

Nyoto Budi Prasetyo

NIM : 16420100017

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, Januari 2020

Disetujui :

Pembimbing

Penyelia

Abdullah Khoir Ridqoh, S.Sn., M.Med.Kom.

NIDN. 0725078203

Sadari, S.Sn

NIP: 19710506 200003 1 004

Mengetahui,

Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas Teknologi dan Informatika

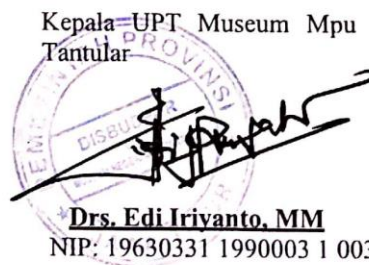


UNIVERSITAS
Dinamika

Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

Kepala UPT Museum Mpu
Tantular



Drs. Edi Iriyanto, MM

NIP: 19630331 1990003 1 003

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya:

Nama : Nyoto Budi Prasetyo
NIM : 16420100017
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas
Fakultas : Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO EVENT PROMOSI
PAMERAN NASIONAL ALAT MUSIK
TRADISIONAL MUSEUM MPU TANTULAR
SEBAGAI UPAYA PROMOSI MUSEUM MPU
TANTULAR**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

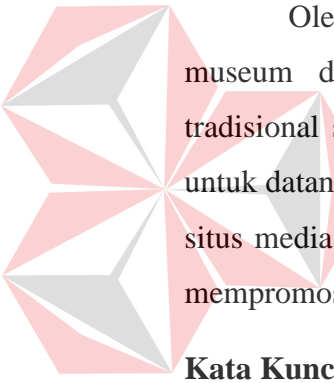
1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah Saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat prang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.
4. Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Sureabaya 17 Januari 2020

Nyoto Budi Prasetyo
NIM. 16420100017

ABSTRAK

Museum Mpu Tantular adalah kelanjutan dari Stedelijk Historisch Museum Surabaya yang didirikan oleh Von Faber, seorang kolektor berkebangsaan Jerman yang sudah menjadi warga Surabaya pada tahun 1933. Pada tahun 2004 Museum Mpu Tantular menempati lokasi tetap di JL Raya Buduran – Jembatan Layang Sidoarjo. Selain menjadi tempat koleksi peninggalan sejarah dari jaman klasik hingga modern, museum juga melaksanakan berbagai macam kegiatan yang bersifat edukatif-kultural yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat, khususnya generasi muda untuk datang ke museum salah satunya “*Pameran nasional alat musik tradisional*”



Oleh sebab itu, diperlukanlah perancangan video event promosi agar tujuan museum dalam menyelenggarakan kegiatan pameran nasional alat musik tradisional sebagai daya tarik minat masyarakat, khususnya para generasi muda untuk datang ke Museum Mpu Tantular dapat tercapai, serta penggunaan beberapa situs media sosial sebagai sarana media promosi, sangat berperan penting dalam mempromosikan suatu merek dan menyebarkan konten.

Kata Kunci : *Video, Media Promosi, Museum, Event*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Video Event Promosi Pameran Nasional Alat Musik Tradisional Museum Mpu Tantular Sebagai Upaya Promosi Museum Mpu Tantular”.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika
2. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika
3. Bapak Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing
4. Bapak Drs. Edi Iriyanto, M.M selaku Kepala Museum MPU Tantular Sidoarjo.
5. Bapak Sadari, S.Sn selaku penyelia dan Kepala Bagian Preparasi dan Bimbingan Edukasi kerja praktik di Museum MPU Tantular Sidoarjo
6. Segenap keluarga besar Museum MPU Tantular Sidoarjo yang telah memberikan pengalaman dan ilmu
7. Serta semua teman-teman yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga laporan kerja praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Surabaya, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.1 Manfaat Praktis	5
1.6 Pelaksanaan	5
1.6.1 Detail Perusahaan.....	5
1.6.2 Periode	6
1.7 Sistematika penulisan.....	6

BAB I PENDAHULUAN	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
BAB III LANDASAN TEORI.....	6
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	7
BAB V PENUTUP.....	7
DAFTAR PUSTAKA	7
BAB II.....	8
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	8
2.1 Profil Museum Mpu Tantular	8
2.2 Sejarah Berdirinya Museum Mpu Tantular	9
2.3 Visi	10
2.4 Misi	10
2.5 Tugas Museum.....	10
2.6 Fungsi Museum.....	10
2.7 Tujuan Museum	11
2.8 Bagan Struktur Organisasi	12
2.8.1 Kepala Museum	12
2.8.2 Sub Bagian Tata Usaha	12
2.8.3 Seksi Koleksi dan Konservasi	13
2.8.4 Seksi Preparasi dan Bimbingan Edukasi.....	13
2.9 Alamat Museum Mpu Tantular	13
BAB III	14
LANDASAN TEORI.....	14
3.1 Museum.....	14
3.1.1 Macam – Macam Museum.....	14
3.1.2 Fungsi Museum.....	15

3.2 Event	15
3.2.1 Jenis – Jenis Event	16
3.3 Video	16
3.3.1 Video Promosi.....	17
3.3.2 Teknik Video.....	17
1. Pergerakan kamera.....	17
2. Sudut pandang pada kamera.....	22
3. Type of shot	24
3.4 Warna	26
3.5 Proses Produksi Video	27
3.5.1 Pra Produksi	27
3.5.2 Produksi	27
3.5.3 Pasca Produksi	27
3.6 Editing.....	28
3.6.1 Editing Offline	28
3.6.2 Editing Online	28
3.7 Media	28
3.7.1 Jenis-Jenis Media	28
3.8 Media Promosi	29
3.8.1 Tujuan Promosi	31
3.8.2 Macam – Macam Media Promosi	32
3.8.3 Bauran Promosi	32
3.9. Media baru	33
BAB IV	35
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	35
4.1 Analisa Sistem.....	35

4.2 Perancangan Karya.....	35
4.3 Pra Produksi	36
4.3.1 Konsep	36
4.3.2 Bentuk Kegiatan.....	36
4.3.3 Agenda Kegiatan.....	36
4.3.4 Sinopsis	39
4.3.5 Storyboard	40
4.4 Produksi	44
4.4.1 Pemilihan Stock Video.....	44
4.4.2 Pemilihan backsound	44
4.5 Pasca Produksi	45
4.5.1 Proses Editing	45
4.5.2 Editing Offline	45
4.5.3 Editing Online.....	50
BAB V.....	52
PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Museum Mpu Tantular.....	8
Gamabr 2.2 Tabel struktur organisasi.....	12
Gambar 3.1 Pergerakan kamera Tilt.....	18
Gambar 3.2 Pergerakan kamera Pan.....	18
Gambar 3.3 Pergerakan kamera zooming.....	19
Gambar 3.4 Pergerakan kamera Track.....	19
Gambar 3.5 Pergerakan kamera Arc.....	20
Gambar 3.6 Pergerakan kamera Dolly.....	20
Gambar 3.7 Pergerakan kamera Pedestal.....	21
Gambar 3.8 Pergerakan kamera Stay.....	21
Gambar 3.9 Sudut pandang <i>eye angle</i>	22
Gambar 3.10 Sudut pandang <i>high angle</i>	23
Gambar 3.11 Sudut pandang <i>low angle</i>	23
Gambar 3.12 Gambar format <i>close up</i>	24
Gambar 3.13 Gambar format <i>extreme close up</i>	24
Gambar 3.14 Gambar format <i>medium close up</i>	25
Gambar 3.15 Gambar format <i>big close up</i>	25
Gambar 3.16 Gambar format <i>long shot</i>	26
Gambar 3.17 Promotional Mix.....	30
Gambar 4.1 Tabel Kegiatan.....	39
Gambar 4.2 Storyboard.....	40
Gambar 4.3 Storyboard.....	41

Gambar 4.4 Storyboard.....	42
Gambar 4.5 Storyboard.....	43
Gambar 4.6 Pemilihan Stock video.....	44
Gambar 4.7 Proses tahapan editing.....	45
Gambar 4.8 Proses tahapan editing.....	46
Gambar 4.9 Tampilan scene 1 dan 2.....	46
Gambar 4.10 Tampilan scene 3 dan 4.....	47
Gambar 4.11 Tampilan scene 5 dan 6.....	47
Gambar 4.12 Tampilan scene 7 dan 8.....	48
Gambar 4.13 Tampilan scene 9 dan 10.....	48
Gambar 4.14 Tampilan scene 11 dan 12.....	49
Gambar 4.15 Tampilan scene 13 dan 14.....	49
Gambar 4.16 Tampilan scene 15 dan 16.....	50
Gambar 4.17 Proses tahapan editing	50
Gambar 4.18 Proses tahapan editing	51

DAFTAR TABEL

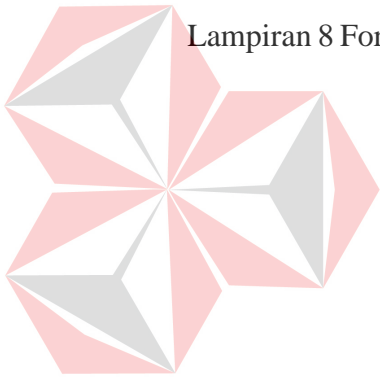
Tabel 2.1 Bagan Struktur Organisasi.....	12
Tabel 4.1 Tabel Kegiatan.....	36



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Perusahaan.....	55
Lampiran 2 Form KP 5 Halaman 1.....	56
Lampiran 3 Form KP 5 Halaman 2.....	57
Lampiran 4 Form KP 6 Halaman 1.....	58
Lampiran 5 Form KP 6 Halaman 2.....	59
Lampiran 6 Form Kehadiran Kerja Prakti Halaman 1.....	60
Lampiran 7 Form Kehadiran Kerja Prakti Halaman 2.....	61
Lampiran 8 Form Bimbingan.....	62



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Jawa Timur banyak sekali bentuk peninggalan-peninggalan sejarah yang tersimpan, mulai benda-benda materil hasil budaya manusia serta benda – benda yang berasal dari alam dan sekitarnya. Museum secara umum lembaga yang bertugas untuk melindungi sekaligus melestarikan hasil kekayaan serta peninggalan budaya bangsa berupa materil maupun dari alam sekitarnya.

Museum merupakan lembaga yang sangat strategis untuk melestarikan dan menginformasikan serta mengumpulkan dan melestarikan beberapa aset dan bentuk peninggalan budaya bangsa dan meningkatkan pemahaman kesadaran masyarakat, terhadap kearifan, keluhuran dan nilai-nilai budaya bangsa, salah satunya Museum Mpu Tantular yang berada di Jl raya Buduran – Jembatan layang, Sidoarjo

Museum Mpu Tantular adalah kelanjutan dari Stedelijk Historisch Museum Surabaya yang didirikan oleh Von Faber, seorang kolektor berkebangsaan Jerman yang sudah menjadi warga Surabaya pada tahun 1933. Pada tahun 2004 Museum Mpu Tantular menempati lokasi tetap di JL Raya Buduran – Jembatan Layang Sidoarjo, setelah berpindah-pindah tempat karena jumlah koleksi yang semakin bertambah dari tahun ketahun dan keterbatasan ruang untuk pameran, serta perawatan barang koleksi agar menjadi maksimal

Museum Mpu Tantular menyimpan berbagai macam koleksi peninggalan yang berasal dari jaman prasejarah, klasik (Hindu-Budha), koleksi jaman Islam, Kolonial dan jaman Modern, termasuk didalamnya koleksi IPTEK (Ilmu pengetahuan dan teknologi). Selain memamerkan berbagai koleksi museum juga melaksanakan berbagai macam kegiatan yang bersifat Edukatif-Kultural yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat khususnya generasi muda untuk datang ke museum, serta meningkatkan jumlah pengunjung museum

Pameran nasional merupakan acara tahunan yang diselenggarakan oleh permuseuman se-indonesia, dalam peraturan pemerintah yang sudah ditetapkan *No 19 Tahun 1953 dan PP Nomor 66 Tahun 2015* tentang pemeliharaan dan pemanfaatan benda cagar budaya di museum, serta museum merupakan lembaga yang bertugas sebagai tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda materil bukti budaya manusia serta alam dan sekitarnya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian lingkungan budaya.

Didalam kebijakan direktorat permuseuman telah ditetapkan 3 pilar utama yang dijadikan kebijakan permuseuman di indonesia yaitu : mencerdaskan bangsa, kepribadian bangsa, dan ketahanan nasional serta wawasan nusantara. Untuk menjalankan tugas dan fungsi museum berdasarkan yang telah ditetapkan dalam peraturan maupun kebijakan oleh pemerintah, maka perlu diselenggarakan kegiatan pameran museum nasional dalam rangka pemanfaatan benda cagar budaya yang ada dimuseum agar keberadaanya dapat diketahui oleh masyarakat.

Pada pameran nasional yang pernah dilakukan pada tahun – tahun sebelumnya dan tempat penyelenggaraan telah ditentukan berada di provinsi terpilih, telah disepakati bersama pada rapat di tahun sebelumnya, bahwa di tahun 2019 provinsi Jawa Timur menjadi tuan rumah pameran nasional dan Museum Mpu Tantular menjadi tempat penyelenggara pameran nasional untuk tahun ini. Adapun judul pameran nasional pada tahun 2019 masih mengacu pada Judul tahun – tahun sebelumnya, hanya tema yang ditentukan mengalami perubahan mengikuti kondisi masing – masing provinsi tuan rumah penyelenggaraan kegiatan. judul pameran adalah ***Pameran Nasional Alat Musik Tradisional 2019*** dengan tema “*Pesona Harmoni Suara Nusantara*”. Serangkaian acara yang diselenggarakan selain pameran tetap diantaranya lomba melukis koleksi museum, belajar bersama museum, seminar, serta lomba Edukatif-Kultural kreativitas seni musik pelajar tingkat SLTP se-Surabaya dan Sidoarjo.

Pameran nasional alat musik tradisional yang diselenggarakan di Museum Mpu Tantular pada tahun ini, memiliki maksud dan tujuan diantaranya: dalam rangka menginformasikan tentang permuseuman dan mengenalkan benda koleksi museum yang terkait dalam kegiatan pameran nasional alat musik tradisional kepada masyarakat, dan dalam rangka promosi serta publikasi museum untuk menarik minat masyarakat, khususnya para generasi muda untuk datang ke museum serta meningkatkan daya tarik museum. guna meningkatkan jumlah pengunjung museum. Maka perlu adanya sarana media promosi bentuk dokumentasi kegiatan serta untuk mempublikasikan di berbagai media sosial. Agar tujuan dari museum menyelenggarakan kegiatan ini dapat tercapai di masyarakat luas khususnya para generasi muda

Menurut Yudha Ardhi dalam bukunya *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik* (2013) “Media promosi sebagai alat maupun sarana yang digunakan untuk melakukan promosi”. Media promosi video merupakan salah satu cara alternatif untuk mempromosikan suatu perusahaan maupun instansi dan juga menjadi salah satu media publikasi untuk mempromosikan berbagai macam bentuk kegiatan yang sedang diselenggarakan kepada masyarakat. Di era serba digital saat ini menggunakan video sebagai sarana media promosi cukup efektif, terlebih lagi penggunaan sosial media sebagai tempat untuk promosi sangat populer.

Menurut Martin Lister dkk dalam bukunya *New Media: A Critical Introduction* (2009 : 13) penggunaan media baru mengacu pada bentuk perubahan skala besar dalam bentuk promosi sebuah media, distribusi sebuah media dan penggunaan media yang bersifat teknologis, tekstual dan konvensional. media baru juga memiliki beberapa karakteristik, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi

Dari hal tersebut maka pembuatan video event promosi sangat tepat agar tujuan museum dalam menyelenggarakan kegiatan pameran nasional alat musik tradisional sebagai daya tarik serta minat masyarakat, khususnya para generasi muda untuk datang ke Museum Mpu Tantular dapat tercapai, serta menggunakan beberapa situs media sosial seperti youtube, instagram dan facebook sebagai media

promosi, karena penggunaan sosial media saat ini sangat berperan penting dalam mempromosikan suatu merek dan menyebarkan konten.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan maka penulis membuat perancangan video event promosi kegiatan pameran nasional alat musik tradisional sebagai upaya promosi Museum Mpu Tantular serta menjadi proyek besar yang dilakukan oleh penulis selama kerja praktik di Museum Mpu Tantular

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang sudah di jelaskan terdapat rumusan masalah dalam laporan kerja praktik adalah bagaimana merancang video event promosi pameran alat musik tradisional sebagai upaya promosi museum mpu tantular

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka batasan masalah laporan ini hanya terfokus pada merancang video event promosi kegiatan pameran nasional alat musik tradisional sebagai upaya promosi museum mpu tantular

1.4 Tujuan

Tujuan perancangan video event promosi pameran nasional alat musik tradisional sebagai upaya promosi museum mpu tantular yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat agar cinta terhadap budaya bangsa, khususnya generasi muda serta meningkatkan daya tarik museum dapat tercapai

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang didapat dengan adanya hasil dari kerja praktik ini, mengetahui cara mempromosikan lembaga maupun instansi dengan metode video promosi serta dapat menjadi referensi keilmuan bagi mahasiswa lainnya dalam bidang yang sama

1.5.1 Manfaat Praktis

- a. Dengan adanya kerja praktik ini dapat membantu meningkatkan daya tarik minat masyarakat agar cinta terhadap Museum Mpu Tantular serta meningkatkan jumlah pengunjung melalui media promosi video yang diterapkan
- b. Secara praktis, hasil perancangan yang di dapatkan selama kerja praktik ini dapat menjadi evaluasi serta pencapaian materi perkuliahan yang telah dikuasai oleh mahasiwa.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Pelaksanaan kerja praktik ini :



Periode waktu : 22 Juli – 24 Agustus 2019
 Hari dan Tanggal : Senin – Jumat dan Minggu, 22 Juli – 24 Agustus 2019
 Tempat : Museum Mpu Tantular Sidoarjo
 Jl. Raya Buduran – Jembatan Layang, Sidoarjo 61252
 Jawa Timur, Indonesia
 Email : mputantular68@yahoo.com

Kegiatan yang dilakukan selama kerja praktik di Museum Mpu Tantular Sidoarjo adalah merancang video promosi pameran nasional alat musik tradisional sebagai upaya promosi Museum Mpu Tantular guna meningkatkan daya tarik minat masyarakat, serta sebagai sarana media publikasi di media sosial

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktik selama di Museum Mpu Tantular Sidoarjo dengan keterangan minimal ketentuan 160 jam sebagai berikut :

Tanggal Pelaksanaan : 22 Juli – 24 Agustus 2019

Waktu : 07.00 – 15.30 WIB (Senin – Kamis)

06.30 – 14.30 WIB (Jumat)

07.00 – 14.00 WIB (Minggu)

1.7 Sistematika penulisan

Dalam penulisan laporan kerja praktik ini terdapat 5 bab yang tersusun secara sistematis, yang di dalamnya terdapat penjabaran sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum tentang perancangan yang dilakukan oleh penulis, serta menyangkut beberapa permasalahan meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang profil perusahaan yang ditempati saat kerja praktik oleh penulis yaitu Museum Mpu Tantular yang terdiri dari sejarah berdirinya, visi misi, struktur organisasi, tujuan dan fungsi serta alamat perusahaan

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai segala teori yang digunakan oleh penulis serta yang berkaitan dengan proses pengerjaan proyek besar selama kerja praktik di Museum Mpu Tantular

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

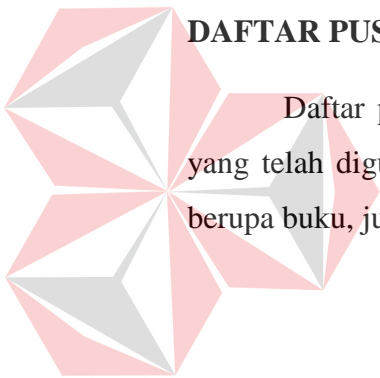
Pada bab ini membahas tentang pekerjaan yang telah dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja praktik di Museum Mpu Tantular, dan mengimplementasikan hasil perancangan berdasarkan permasalahan yang sudah dibahas dalam laporan ini

BAB V PENUTUP

Pad bab terakhir terdiri dari kesimpulan dan saran, kesimpulan akan menjelaskan inti dari kegiatan selama kerja praktik di Museum Mpu Tantular, khususnya meringkas permasalahan yang sedang dikerjakan. Pada bagian saran penulis akan memberikan beberapa masukan tentang permasalahan yang diangkat dalam laporan kerja praktik ini

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang beberapa referensi serta berbagai sumber yang telah digunakan sebagai dasar dalam penulisan laporan kerja praktik yang berupa buku, jurnal, e-book, dan lain-lain



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Museum Mpu Tantular

Museum Negeri Mpu Tantular terletak di Jl. Raya Buduran, Kecamatan Buduran, Sidoarjo dan diresmikan pada tanggal 14 Mei 2004 oleh Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, Provinsi Jawa Timur Bapak Dr. H. Rasiyo. MSi. Museum Mpu Tantular sendiri berdiri di lahan seluas 3,25 hektar. Adapun susunan bangunannya bagian depan terdapat joglo, kemudian bangunan-bangunan lainnya terdiri dari Gedung Tata Usaha, dan Ruang Kepala Museum, Gedung Perpustakaan, Gedung Pameran Tetap (Gedung Majapahit), yang terdiri atas dua lantai, lantai bawah menyajikan benda-benda cagar budaya, sedangkan lantai atas berisi koleksi IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi), Galeri Von Faber yang biasa digunakan untuk pameran temporer maupun kegiatan-kegiatan lain yang bersifat isidentil, Gedung Pameran Tuna Netra, Ruang kerja koleksi, Storage (Gedung penyimpanan koleksi), Gedung Preparasi, Laboratorium Konservasi, Gedung Bimbingan Edukasi dan Mushola



Gambar 2.1 Museum Mpu Tantular

(Sumber : Penulis,2019)

Selain memamerkan koleksi di pameran tetap, museum juga melaksanakan berbagai macam kegiatan yang bersifat Edukatif-Kultural, diantaranya Pameran keliling, Program museum masuk sekolah, Seminar, Lomba, Festival, dan Peragaan

Pagelaran koleksi, Pemutaran film dsb. Koleksi – koleksi yang dipamerkan di ruang pameran tetap, terdiri dari koleksi yang berasal dari jaman prasejarah, klasik (Hindu-Budha), Jaman islam, Kolonial dan jaman modern, termasuk di dalamnya koleksi IPTEK

2.2 Sejarah Berdirinya Museum Mpu Tantular

Museum Negeri Mpu Tantular Provinsi Jawa Timur merupakan kelanjutan dari Stedelijk Historisch Museum Surabaya, yang didirikan oleh Von Vaber pada tahun 1933. Awalnya lembaga ini hanya pemerkan beberapa koleksinya di dalam suatu ruangan kecil di Readhuis Ketabang. Atas kemurahan hati seorang janda bernama Ny. Han Tjong King, museum dipindahkan ke Jalan Tegalsari yang memiliki bangunan lebih luas. Seiring berjalanya waktu masyarakat pemerhati museum berinisiatif untuk memindahkan museum ke lokasi yang lebih memadai, bertempat di Jalan Pemuda no 3 Surabaya, yang diresmikan pada tanggal 25 Juni 1937.

Sepeninggal Von Vaber, museum dikelola oleh Yayasan Pendidikan Umum didukung Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Museum dibuka untuk umum pada tanggal 23 Mei 1972 dengan nama Museum Jawa Timur. Pada tanggal 13 Februari 1974 museum berubah status menjadi museum negeri, yang diresmikan pada tanggal 1 November 1974 dengan nama Museum Negeri “Mpu Tantular” provinsi Jawa timur.

Seiring berjalanya waktu dan bertambahnya koleksi, museum membutuhkan area yang lebih luas, hingga akhirnya pada tanggal 12 Agustus 1977, secara resmi museum menempati lokasi baru, di Jalan Taman Mayangkara No.6 Surabaya. Dari tahun ke tahun koleksi museum kian menumpuk dan membutuhkan ruangan pameran yang lebih luas lagi, agar perawatan barang pun menjadi maksimal, Akhirnya pada tanggal 14 Mei 2004 museum kembali di resmikan menempati lahan baru di Sidoarjo, di Jalan Raya Buduran, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo

Penggunaan nama Mpu Tantular untuk museum ini mengandung beberapa makna. Mpu Tantular adalah seorang pujangga Jawa Timur yang hidup dalam pertengahan abad XIV dari kerajaan Majapahit, yang terkenal dengan kitab Arjunawijaya dan Sutasoma. Di dalam kitab Sutasoma inilah tercantum kata-kata Bhineka Tunggal Ika, yang sampai sekarang dipakai sebagai semboyan bangsa Indonesia. Nama Mpu Tantular juga mengandung pengertian yang tersembunyi, “Mpu” berarti ibu, yaitu titik pusat segala gerak dan pandangan hidup, “Tantular” berarti tak tertulari, tak terpengaruh, tak menyimpang, tak berubah, jadi tetap mengkhusukkan diri, untuk mencapai kehidupan abadi. Dengan pemberian nama tersebut diharapkan museum dapat mewarisi hakekat dan kemurniannya.

2.3 Visi

Mewujudkan masyarakat yang cinta dan bangga terhadap budaya sendiri

2.4 Misi

Mengoptimalkan tugas dan fungsi museum sebagai tempat wisata budaya secara komunikatif, produktif, inovatif, ekonomis dan nyaman kepada masyarakat umum

2.5 Tugas Museum

- Mengumpulkan, merawat, mengawetkan, menyajikan dan meneiliti benda-benda koleksi BCB (Benda Cagar Budaya)
- Menerbitkan hasil penelitian benda-benda koleksi BCB (Benda Cagar Budaya)
- Memberikan bimbingan edukatif kultural dan penyajian rekreatif benda yang mempunyai nilai budaya dan ilmiah kepada masyarakat

2.6 Fungsi Museum

- Pelaksanaan pengumpulan, perawatan , pengawetan dan penyajian benda yang mempunyai nilai budaya ilmiah

- Pelaksanaan bimbingan edukatif kultural dan penyajian rekreatif benda yang mempunyai nilai budaya dan ilmiah
- Pelaksanaan publikasi hasil penelitian koleksi benda yang mempunyai nilai budaya dan ilmiah
- Pelaksanaan urusan perpustakaan dan dokumentasi ilmiah

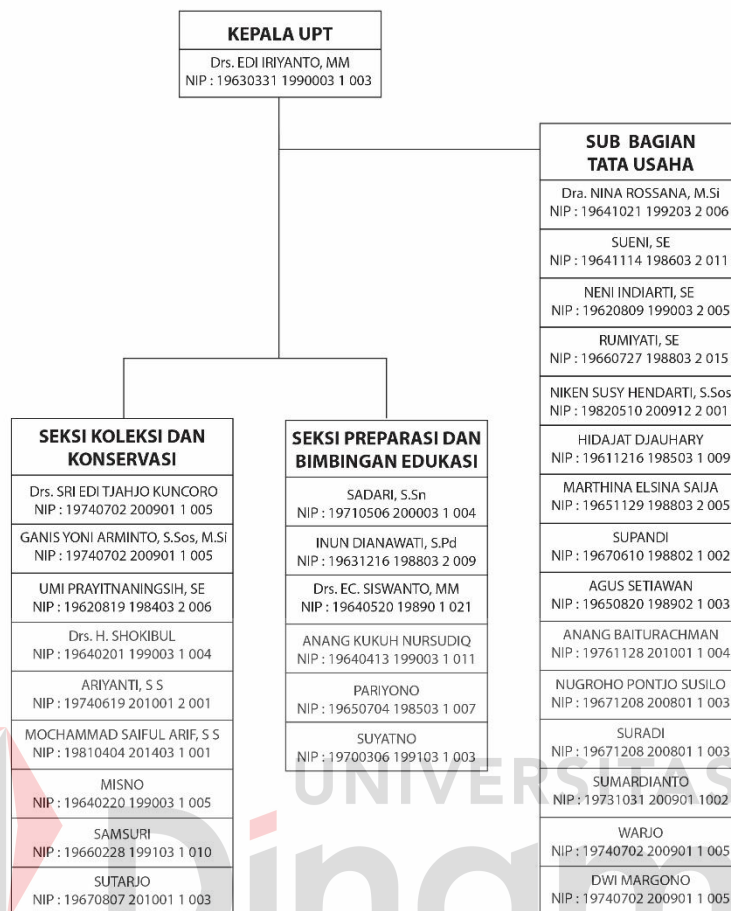
2.7 Tujuan Museum

Melestarikan dan memanfaatkan benda cagar budaya dalam rangka pengembangan kebudayaan nasional untuk memperkuat jiwa kesatuan nasional



UNIVERSITAS
Dinamika

2. 8 Bagan Struktur Organisasi



Gambar 2.1 Tabel Struktur Organisasi

(Sumber : Penulis,2019)

2.8.1 Kepala Museum

Memimpin, mengkoordinasi, mengawasi dan mengedalikan segala pelaksanaan kegiatan pengelolaan UPT Museum Negeri MPU Tantular serta ketatausahaan dan pelayanan masyarakat

2.8.2 Sub Bagian Tata Usaha

- Melaksanakan pengelolaan surat menyurat serta kehumasan dan kearsipan kegiatan humas berupa pelayanan informasi
- Melaksanakan pengelolaan administrasi kepegawaian dan keuangan

- Melaksanakan pengelolaan perlengkapan dan peralatan kantor serta melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala museum

2.8.3 Seksi Koleksi dan Konservasi

- Melaksanakan rencana kegiatan
- Melaksanakan survei dan pengadaan koleksi
- Melaksanakan penyusunan sumber data koleksi
- Melaksanakan dokumentasi dalam bentuk tulisan, audio dan visual
- Melaksanakan penyusunan dan penerbitan naskah hasil penelitian koleksi
- Melaksanakan pemeliharaan dan renovasi tata pameran tetap museum
- Melaksanakan restorasi dan reproduksi koleksi serta melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala museum

2.8.4 Seksi Preparasi dan Bimbingan Edukasi

- Melaksanakan rencana kegiatan serta penataan pameran tetap di museum
- Melaksanakan pameran khusus dan keliling serta pembuatan sarana prasarana tata pameran
- Melaksanakan program publikasi dan promosi museum
- Melaksanakan bimbingan edukatif kultural bagi pengunjung museum
- Melaksanakan pemutaran film tentang koleksi museum serta penyusunan video program tentang koleksi
- Melaksanakan pembuatan alat peraga bimbingan edukasi
- Melaksanakan peragaan dan pertunjukan koleksi tradisional museum serta melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala museum

2.9 Alamat Museum Mpu Tantular

Jl. Raya Buduran – Jembatan Layang, Sidoarjo 61252

BAB III

LANDASAN TEORI

Pada bab ini, berisikan landasan teori yang relevan terhadap proyek yang diberikan selama melaksanakan kerja praktik di Museum Mpu Tantular yaitu perancangan video promosi pameran nasional alat musik tradisional sebagai upaya promosi museum mpu tantular. Kajian berupa teori, konsep, maupun prosedur yang berkaitan dengan perancangan yang sudah dipaparkan dalam bab ini.

3.1 Museum

Museum secara umum adalah suatu tempat atau lembaga yang mengumpulkan, menyimpan dan memamerkan benda-benda yang dapat menjadi sumber pengetahuan seperti sejarah, kesenian, ilmu alam dan lain-lain., Museum merupakan sebuah gedung yang didalamnya menyimpan kumpulan benda-benda untuk penelitian studi dan kesenangan (Menurut Douglas A. Allan)

3.1.1 Macam – Macam Museum

Museum yang terdapat di Indonesia dapat dibedakan melalui beberapa jenis klasifikasi (*Ayo Kita Mengenal Museum ; 2009*), yakni sebagai berikut :

Berdasarkan koleksi yang dimiliki, yaitu terdapat dua jenis :

1. Museum Umum, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan atau lingkungannya yang berkaitan dengan berbagai cabang seni, disiplin ilmu dan teknologi.
2. Museum Khusus, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia atau lingkungannya yang berkaitan dengan satu cabang seni, satu cabang ilmu atau satu cabang teknologi

Berdasarkan kedudukan ada 3 jenis yaitu

1. Museum Nasional adalah jenis museum yang memiliki tingkatan koleksi sesuai dengan kelas nasional atau dalam taraf nasional. Museum ini umumnya berisi berbagai benda yang berisi dari berbagai daerah di suatu negara

2. Museum regional adalah jenis museum yang memiliki tingkatan koleksi terbatas dan hanya dalam lingkup daerah regional. Umumnya koleksinya berasal dari daerah regional tempat museum tersebut berdiri..
3. Museum lokal adalah jenis museum yang memiliki tingkatan koleksi dalam taraf daerah saja. Benda yang dikoleksi dalam museum tersebut hanya terbatas pada warisan dan budaya yang ada pada daerah itu saja

3.1.2 Fungsi Museum

Museum merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat, baik itu untuk study tour, penelitian maupun rekreasi. Seperti yang di ketahui bahwa di museum terdapat benda-benda yang bisa memperluas wawasan kita. Berikut adalah fungsi Museum secara umum. sebagai berikut

1. Pengumpulan dan pengamanan warisan alam dan budaya
2. Dokumentasi dan penelitian ilmiah
3. Konservasi daan preservasi
4. Penyebaran dan perataan ilmu untuk umum
5. Pengenalan dan penghayatan kesenian
6. Gambaran warisan alam dan budaya
7. Cerminan pertumbuhan peradaban umat manusia
8. Pembangkit rasa bersyukur dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa

3.2 Event

Event adalah suatu agenda, kegiatan atau festival tertentu yang menunjukkan, menampilkan dan merayakan untuk memperingati hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan mengkomunikasikan pesan-pesan kepada pengunjung.

Menurut Noor (2009), event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang berhubungan secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu

3.2.1 Jenis – Jenis Event

Menurut Noor (2009), terdapat empat jenis event, yaitu Leisure Event, Cultural Event, Personal Event, dan organizational Event. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. **Leisure Event.** Merupakan kategori event yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung.
2. **Personal Event.** Kegiatan yang didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori event ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada personal event adalah penyelenggaraan pesta pernikahan dll.
3. **Cultural Event.** Merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan cultural event terkemas lebih menarik serta mampu menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era modern sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.
4. **Organizational Event.** Bentuk event yang diselenggarakan pada organizational event adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk event pada organizational event antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/expo yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/perusahaan dengan kepentingan dari organisasi atau perusahaan tersebut

3.3 Video

Menurut Nasib pakpahan (2016) Video merupakan sebuah teknologi yang dasarnya merekam, menangkap, memproses, serta mentransisi dan menata ulang berupa objek-objek yang nantinya akan digabung menjadi gambar bergerak. Video bisa disebut juga gabungan dari beberapa gambar yang digabung secara berurutan, biasa disebut dengan *frame* dan kecepatan pembaca *frame* adalah *frame rate*.

3.3.1 Video Promosi

Video Promosi adalah jenis video yang mempromosikan berbagai produk maupun jasa serta menunjukkan keunggulan dari produk atau jasa tersebut dari kompetitor lainnya. Tujuan video promosi adalah untuk membangun kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa yang kita tawarkan dan untuk membangkitkan minat dan menarik target audiens yang dituju. Video promosi juga dapat menjadi salah satu cara alternatif untuk mempromosikan suatu perusahaan maupun instansi

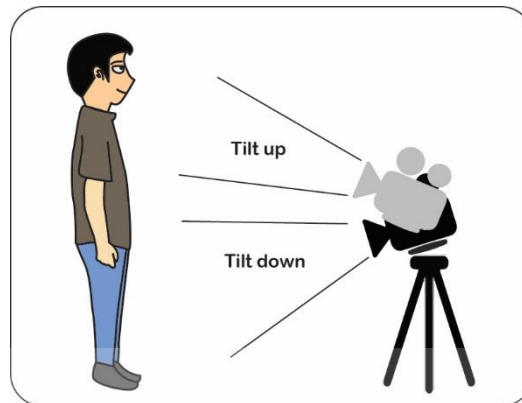
3.3.2 Teknik Video

Teknik video adalah gerakan pengambilan gambar dari berbagai sudut dengan bermacam teknik sehingga penonton dapat merasakan berada di dalam lokasi adegan tersebut. Menurut Bambang Samedhi (2011:43) seorang juru kamera harus memahami berbagai hal yang berkaitan dengan pergerakan kamera dan teknik pengambilan kamera sehingga mampu membuat gambar dengan komposisi yang baik, dan paham berbagai teori tata cahaya, tata suara, dan editing.

1. Pergerakan kamera

Pergerakan kamera merupakan aktivitas yang bisa ikut membangun suasana dramatik dalam sebuah shot video maupun film dengan cara menggerakkan kamera., selain dapat membangun suasana dramatis, penggunaan gerakan kamera secara tepat dapat menciptakan visual lebih dinamis, mengarahkan perhatian penonton pada subyek tertentu. Berikut adalah beberapa macam dari pergerakan kamera:

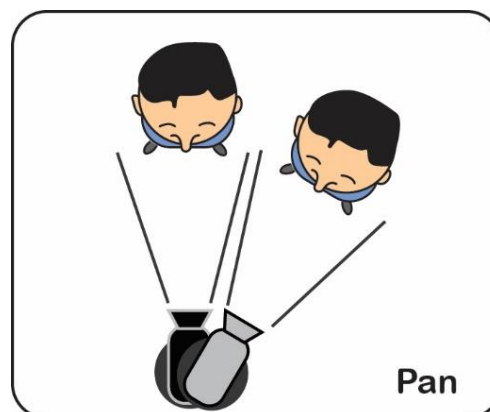
- a. Tilt : yaitu pergerakan kamera ke atas maupun ke bawah, namun kamera masih tetap bertumpu pada sumbunya (jadi yang bergerak ke atas dan ke bawah adalah ujung lensanya). *Tilt up* adalah pergerakan kamera ke atas. *Tilt down* adalah pergerakan kamera ke bawah



Gambar 3.1 Pergerakan kamera Tilt

(Sumber : Penulis,2019)

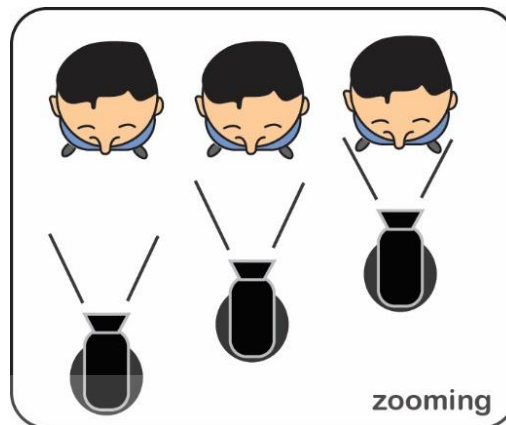
- b. Pan : pergerakan kamera medatar secara horizontal. Gerakan pan seperti menyapu, baik ke kiri maupun ke kanan. *Pan right* adalah pergerakan menyapu ke kanan sedangkan *Pan left* pergerakan menyapu ke kiri



Gambar 3.2 Pergerakan kamera Pan

(Sumber : Penulis,2019)

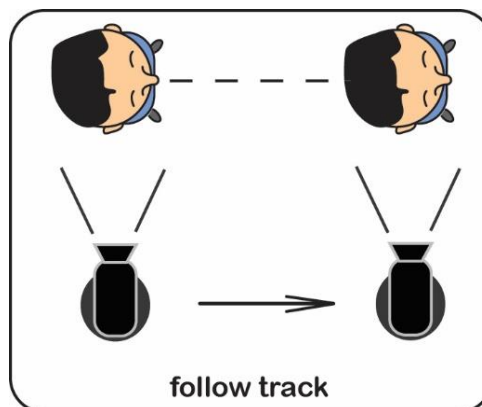
- c. *Zooming* : yaitu pergerakan kamera dengan mengubah ukuran *focal length* lensa dari sudut pandang sempit ke sudut pandang lebar, atau sebaliknya. *Zoom in* yaitu mendekatkan objek dari *long shot* ke *close up* sebaliknya *zoom out* yaitu menjauhkan obyek dari *close up* ke *long shot*



Gambar 3.3 Pergerakan kamera zooming

(Sumber : Penulis,2019)

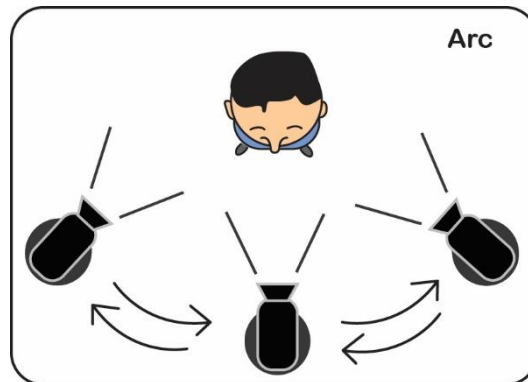
- d. *Track*, yaitu pergerakan kamera mengikuti objek pengambilan gambar. *Track right*, kamera mengikuti objek ke arah kanan, sementara *track left*, berarti sebaliknya, yaitu mengikuti pergerakan objek ke arah kiri



Gambar 3.4 Pergerakan kamera Track

(Sumber : Penulis,2019)

- e. *Arc*, yaitu gerakan kamera memutar mengitari objek dari kiri ke kanan dan arah sebaliknya



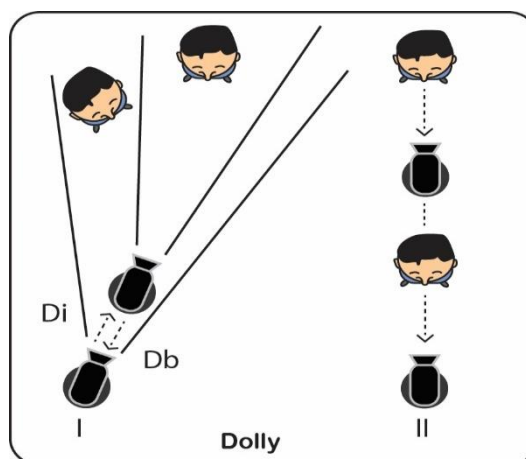
Gambar 3.5 Pergerakan kamera Arc

(Sumber : Penulis,2019)

- f. *Dolly*, atau *track* pergerakan kamera yang dilakukan untuk mendekatkan serta menjauhi objek tanpa mengubah sudut atau ukuran lensa. *Dolly in* gerakan kamera mendekat ke arah objek tanpa mengubah sudut atau ukuran lensa, sementara *dolly back* gerakan kamera menjauh dari objek tanpa mengubah sudut maupun ukuran lensa

I : Dolly in (Di) dan Dolly back (Db)

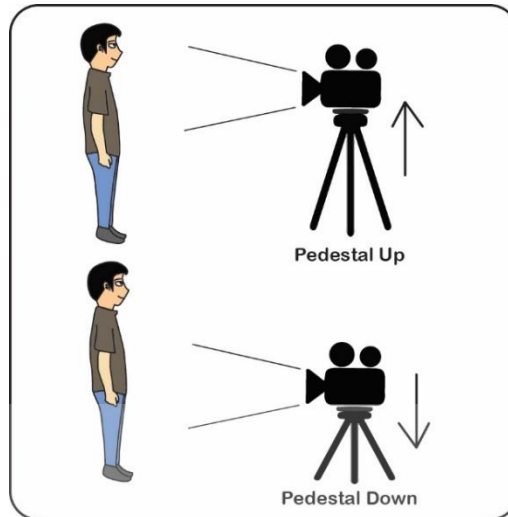
II : Gerakan dolly back yang mengikuti objek menuju kedepan kamera



Gambar 3.6 Pergerakan kamera Dolly

(Sumber : Penulis,2019)

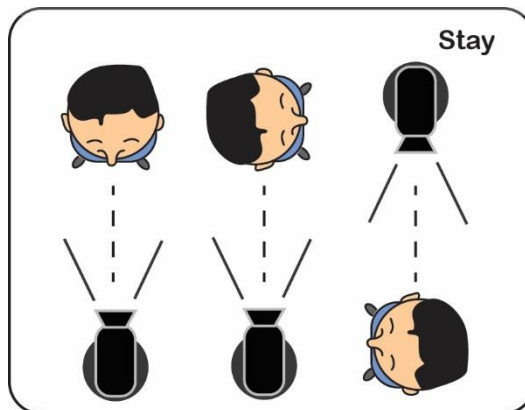
- g. *Pedestal*, gerakan kamera ke atas atau ke bawah secara vertikal. Gerak kamera pedestal meliputi seluruh bagian kamera termasuk body dan lensa bergerak ke atas atau ke bawah, berbeda dengan gerakan tilt, body kamera tilt tetap pada sumbunya hanya ujung kamera yang bergerak ke atas dan ke bawah



Gambar 3.7 Pergerakan kamera Pedestal

(Sumber : Penulis,2019)

- h. *Stay* merupakan gerakan kamera tetap dan tidak bergerak ke kanan maupun ke kiri hanya hanya berfokus pada satu objek dan titik tersebut.



Gambar 3.8 Pergerakan kamera Stay

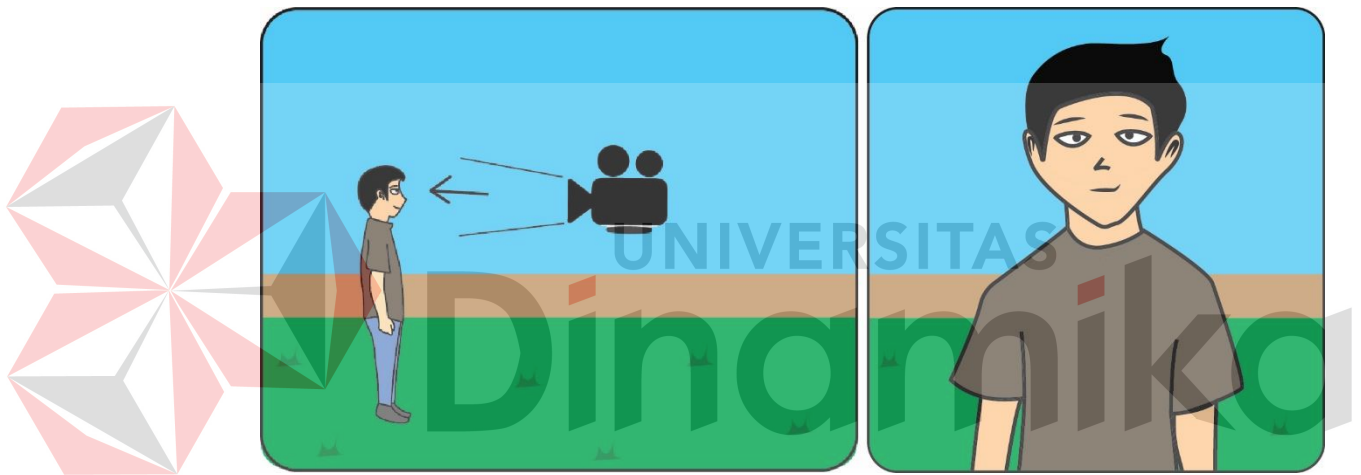
(Sumber : Penulis,2019)

2. Sudut pandang pada kamera

Sudut pandang kamera atau *Camera angle* merupakan sudut pandang dalam pengambilan gambar maupun objek yang akan dituju. Dengan adanya sudut pandang kamera ini kita dapat menghasilkan gambar yang menarik serta mendapatkan kesan pada gambar maupun objek yang dituju

a. *Eye angle*

Sudut pandang ini biasa umum digunakan dalam pembuatan film, karena sudut pandang ini, posisi kamera sejajar dengan mata manusia, sehingga penonton dapat merasakan berada di tempat yang sama

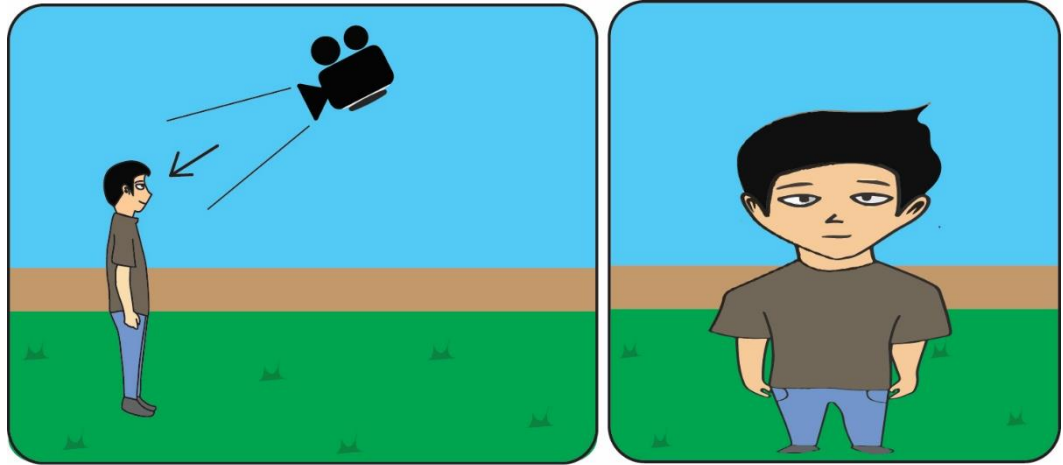


Gambar 3.9 Sudut pandang *eye angle*

(Sumber : Penulis,2019)

b. *High angle*

Sudut pandang pengambilan gambar tepat diatas objek, dan memberikan pandangan dari atas ke bawah. Sering digunakan untuk memberikan penjelasan dan situasinya juga untuk memberi tekanan dramatis. Teknik pengambilan gambar *high angle*, posisi kamera lebih tinggi di atas mata objek yang akan diambil, sehingga posisi kamera harus di *tilt down* untuk mengambil objeknya.

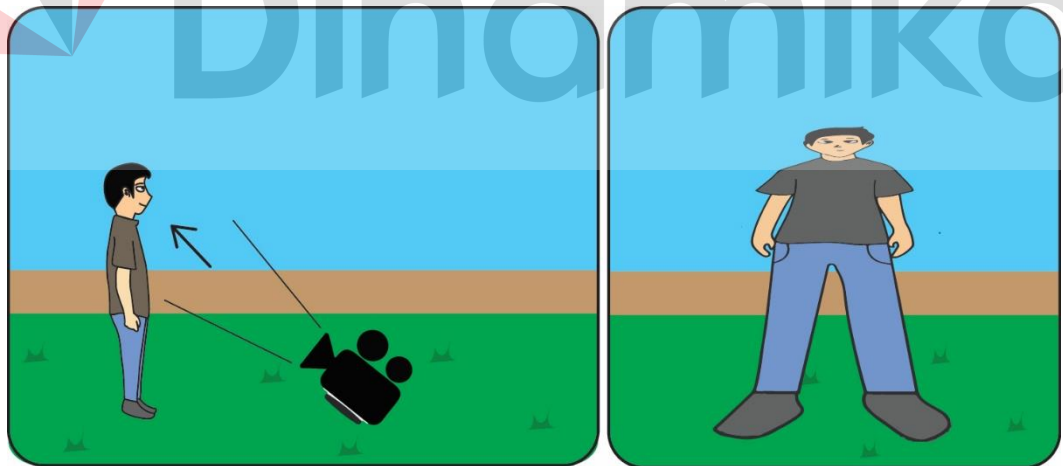


Gambar 3.10 Sudut pandang *high angle*

(Sumber : Penulis,2019)

c. *Low angle*

Objek dilihat dari tempat yang rendah. Sering digunakan untuk memberikan tekanan atas sifat seseorang. Teknik pengambilan gambar *low angle* posisi kamera diletakan dibawah objek dan kamera di *tilt up* mengarah ke objek yang akan di ambil.



Gambar 3.11 Sudut pandang *low angle*

(Sumber : Penulis,2019)

3. Type of shot

Type of shot merupakan gambaran umum yang berhubungan framing. type of shot lebih fokus pada pengambilan objek serta makna yang ingin disampaikan secara emosional mengenai suatu objek.

3.6 Close up

Pengambilan gambar ini diambil dari bagian bawah dagu, ke-atas, ini digunakan untuk menekankan ekspresi karakter tersebut

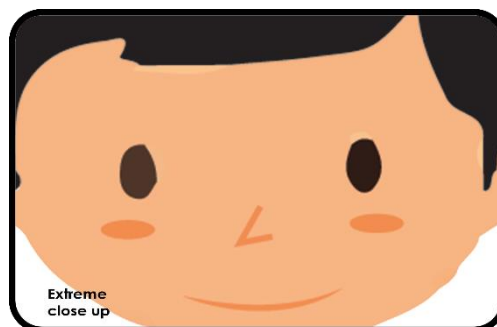


Gambar 3.12 Gambar format *close up*

(Sumber : Penulis,2019)

3.7 Extreme close up

Pada pengambilan gambar ini digunakan untuk mendramatisir ekspresi objek hanya pada bagian spesifik seperti, mulut dan bagian mata saja

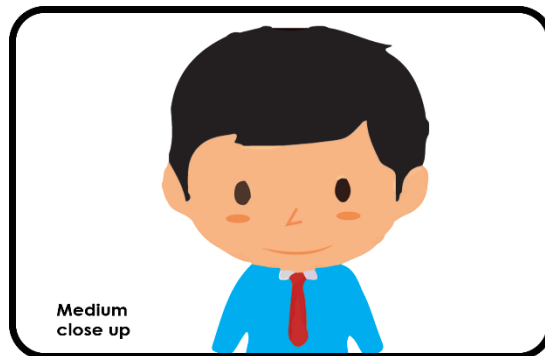


Gambar 3.13 Gambar format *extreme close up*

(Sumber : Penulis,2019)

3.8 *Medium close up*

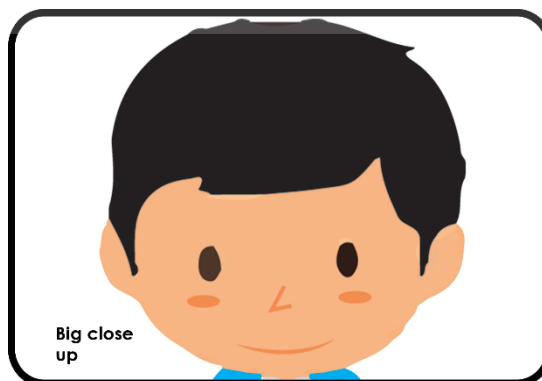
Pada pengambilan gambar ini Ukuran objek pada *medium close up* adalah sebatas dada sampai atas kepala pada bagian dari keutuhan objek



Gambar 3.14 Gambar format *medium close up*

3.9 *Big close up*

Pada pengambilan ini, ekspresi karakter lebih di ekspos serta hanya menampilkan bagian tertentu sehingga terlihat lebih besar, misal wajah manusia hanya sebatas dagu sampai dahi

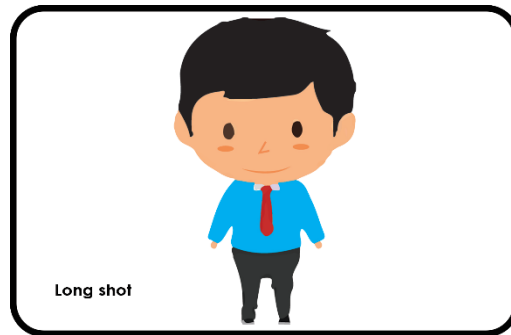


Gambar 3.15 Gambar format *big close up*

(Sumber : Penulis, 2019)

3.10 Extreme close up

Pada pengambilan gambar ini menampilkan keseluruhan dari objek yang akan di ambil



Gambar 3.16 Gambar format *long shot*

(Sumber : Penulis,2019)

3.4 Warna

Menurut Sadjiman Ebdi Sanyoto (2005: 9) pengertian warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik merupakan sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Terdapat tiga elemen yang penting dari pengertian warna. Unsur tersebut ialah benda, mata dan unsur cahaya. Warna memiliki peran yang sangat penting dalam proses perancangan suatu karya serta warna dapat digolongkan menjadi dua berdasarkan sifatnya yaitu warna panas dan warna dingin

1. Warna dingin yaitu kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran didalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu. Memiliki sifat tenang, dingin, kesejukan, damai dan alami
2. Warna panas, yaitu kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran didalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Memiliki sifat hangat, bergairah, penuh semangat.

3.5 Proses Produksi Video

Sebelum adanya proses pembuatan video di perlukan tahapan proses produksi dalam pembuatan video yang secara umum meliputi 3 tahapan alur, yaitu, pra produksi, produksi dan pasca produksi

3.5.1 Pra Produksi

Pra produksi adalah kegiatan yang berhubungan dengan segala persiapan sebelum melakukan tahapan produksi. Tujuan pra produksi mempersiapkan segala sesuatu mulai dari peralatan hingga konsep, sehingga dapat berjalan lancar sesuai harapan. Untuk memulai pemrosesan video diperlukan beberapa langkah sebagai berikut yaitu, pembuatan ide dan storyboard, menentukan tujuan, dan target sasaran dalam proses pembuatan video, serta media apa saja yang sesuai untuk menjangkau target audience

3.5.2 Produksi

Tahap selanjutnya yaitu produksi, tahapan produksi merupakan tahapan bentuk implementasi dari pra-produksi yang sudah dirancang sejak awal. Tahapan ini di mulai dari persiapan peralatan produksi, mulai dari kamera, *microphone*, komputer, serta teknik sudut pengambilan gambar atau video, dan menetapkan jadwal serta tempat untuk pengambilan gambar maupun video.

3.5.3 Pasca Produksi

Tahapan terakhir yaitu pasca produksi, tahapan ini mengumpulkan semua bahan mentah yang sudah di produksi serta nantinya akan diolah, lebih tepatnya tahapan editing. Dalam proses editing seorang editor memiliki peran penuh dalam tahapan proses editing, mulai dari mempersiapkan bahan editing, potongan-potongan video serta hasil produksi yang telah dipilih.

3.6 Editing

Menurut Sarwo Nugroho (2014:41) Editing merupakan suatu tahapan dari proses memilih, mengatur, dan menyusun berbagai shot – shot video menjadi satu *scene*, menyusun dan mengatur beberapa *scene* menjadi satu *sequence* dan membentuk satu alur cerita yang penuh informasi atau detail. Proses editing merupakan tahapan akhir pada sebuah produksi video maupun film, editing sendiri terbagi dalam 2 kategori yaitu editing offline dan editing online.

3.6.1 Editing Offline

Editing offline merupakan salah satu tahap dalam proses editing, mulai dari mengumpulkan dan menata video hasil rekaman, pemotongan gambar dalam bentuk kasar, menambahkan backsound bila diperlukan.

3.6.2 Editing Online

Editing online merupakan tahapan lanjutan dari editing offline, tahap pertama potongan gambar maupun video yang masih kasar disempurnakan lagi, dan memberikan tambahan-tambahan efek sesuai kebutuhan, serta menyempurnakan audio yang masih kasar.

3.7 Media

Menurut Yudha Ardhi (2013: 4), media merupakan sarana pengirim pesan dalam suatu proses komunikasi menuju kepada penerima pesan. Dan menurut AECT (*Assosiation for Education and Communication Technology*) media adalah segala sesuatu yang digunakan untuk melakukan proses komunikasi agar penyampaian pesan sampai pada tujuan.

3.7.1 Jenis-Jenis Media

Secara umum, media memiliki tiga jenis, yaitu media visual yang berarti media yang dapat dilihat seperti koran dan majalah, media audio yang berarti media yang hanya dapat didengar seperti radio, dan media audio visual yang berarti media yang dapat dilihat serta didengar seperti film atau video yang tayang pada televisi.

1. Media Visual

Media visual adalah media yang dapat dilihat serta dibaca secara langsung. Media visual mengandalkan indera penglihatan dan indera peraba. Media visual banyak dan mudah ditemukan dimana saja, contohnya yaitu foto, gambar, komik, majalah, koran, buku, rambu lalu lintas, dan sebagainya.

2. Media Audio

Audio adalah suara. Maka media audio adalah media yang memiliki suara, hanya dapat didengarkan tanpa dilihat. Media audio membutuhkan penghayatan yang kuat melalui indera pendengaran. Sebagai contoh media audio ialah siaran radio, *tape*, dan sebagainya.

3. Media Audio Visual

Media audio visual dalam *website* pelajar.co.id merupakan gabungan dari media visual dan media audio. Media audio visual merupakan media yang dapat dilihat dan didengar secara bersamaan. Penghayatannya tidak hanya mengandalkan satu panca indera, namun menggunakan indera penglihatan dan indera pendengaran. Contohnya adalah media drama, pertelevisian, dan sebagainya. Internet juga termasuk dalam media audio visual, namun lebih disebut kepada *multimedia* karena di dalam internet memiliki lebih banyak jenis format media.

3.8 Media Promosi

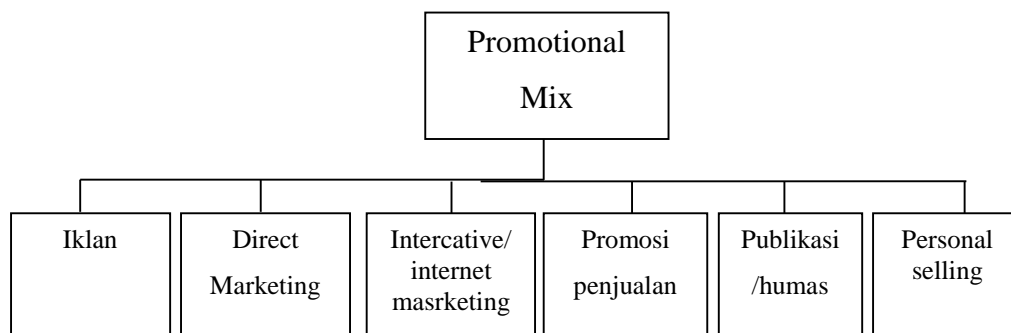
Media promosi menurut Ardhi (2013:4) adalah salah satu sarana atau alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu barang. Media promosi juga sebagai salah satu cara mengkomunikasikan suatu produk, jasa, brand atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas.

- a. Menurut kotler (2000 : 199) pengertian promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi “promotional mix”.
- b. Menurut stanton (1993) promosi bertujuan memberikan informasi kepada para konsumen dan memperngaruhi khalayak umum
- c. Menurut saladin (2003) promosi merupakan bagian dari unsur bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, mengingatkan serta membujuk konsumen.

- d. Menurut Zimmerer (2002) promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang telah dirancang untuk menginformasikan para pelanggan tentang produk maupun jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.

Dari pemaparan para ahli diatas promosi merupakan kegiatan penjualan serta pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk maupun jasa dari perusahaan dengan mempengaruhi para konsumen agar mau membeli produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, sehingga membuat suatu tindakan dari masyarakat atau konsumen tertarik kepada apa yang sudah dipromosikan dan membuat masyarakat atau konsumen lebih loyal terhadap apa yang sudah dipromosikan

Promosi merupakan pusat titik koordinasi dari seluruh upaya dimulai dari pihak penjual untuk membangun berbagai relasi saluran informasi, yang nantinya untuk menjual barang maupun jasa atau hanya sekedar memperkenalkan suatu gagasan Michael Ray (dalam Morissan, 2010:16). Komunikasi antara perusahaan dan konsumen secara implisit berlangsung pada setiap unsur maupun bagian dari *marketing mix* sebagian besar komunikasi perusahaan berlangsung sebagai bagian dari program promosi yang diawasi serta direncanakan dengan hati-hati. Instrumen dasar yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan disebut dengan bauran promosi atau *promotional mix*.



Gambar 3.17 Promotional Mix

(Sumber : Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu, Morissan, 2010)

Marketing Mix sendiri merupakan bauran pemasaran yang terdiri atas elemen-elemen, yaitu *product*, *price*, *place(distribution)*, *promotion*, yang disingkat dengan empat P (4P) (Morissan, 2010:5)

3.8.1 Tujuan Promosi

Tujuan dalam melakukan promosi ialah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Promosi bukan hanya sekedar berkomunikasi maupun menyampaikan informasi tapi mampu menciptakan suasana atau keadaan dimana para konsumen memilih produk kita menurut Swasta (2000:245 – 246). Ada beberapa hal menjadi tujuan dilakukan sebuah promosi, diantaranya yaitu memberikan informasi, membujuk dan mempengaruhi serta mengingatkan.

Melalui proses promosi, suatu produk dapat menginformasikan segala informasi tentang produk tersebut yang perlu diketahui oleh para konsumen, terutama dari mulai manfaat, dan keunggulan produk yang ditawarkan. Tanpa adanya informasi orang tidak akan mengetahui banyak tentang produk yang nantinya akan ditawarkan kepada para konsumen sehingga dapat menimbulkan kesalahan pemahaman di kalangan konsumen

Tahap selanjutnya promosi juga bersifat membujuk dan mempengaruhi. Hal ini dapat dilihat dari iklan – iklan yang sering kita jumpai, kini banyak sekali iklan dengan menampilkan slogan –slogan yang menarik serta visual yang mendukung untuk menarik perhatian para konsumen agar menggunakan produk tersebut. Tampilan iklan yang unik baik dari visual maupun penggunaan kata verbal diharapkan mampu mengubah persepsi para konsumen sehingga mau menerima produk tersebut

Tujuan selanjutnya dari promosi dalam skala jangka panjang adalah mengingatkan. Hal ini sangat penting agar produk kita bisa selalu diingat oleh konsumen dalam jangka waktu yang lama serta tidak kalah dengan produk dari kompetitor lain yang maraknya bermunculan.

3.8.2 Macam – Macam Media Promosi

Menurut Ardhi (2015:15) berbagai macam media promosi sangat penting untuk dikenal serta dipahami setiap karakteristiknya. Berikut ini adalah penjelasan jenis – jenis dari media promosi yang terbagi menjadi tiga yaitu:

1. Media *Above The Line* (ATL)

Media *above the line*, adalah media promosi dengan strategi menarik perhatian para konsumen, melalui iklan yang menarik sehingga memancing rasa penasaran orang untuk mencoba produk tersebut. Penggunaan media *above the line* membutuhkan *budget* yang besar, dan hasilnya juga dapat menjangkau target pasar secara luas. Contohnya yaitu televisi, koran, radio, *billboard*, dan lainnya.

2. Media *Below The Line* (BTL)

Media *below the line*, adalah media promosi dengan strategi mendorong target konsumen untuk membeli serta mencoba produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan promosi *below the line* para konsumen ikut serta merasakan, berinteraksi, serta dapat melakukan pembelian produk secara langsung jika tertarik dengan produk yang ditawarkan. Contoh kegiatan yang berkaitan dengan media *below the line* pameran, *event*, penjualan secara langsung ke masyarakat atau konsumen dan lainnya

3. Media *Through The Line* (TTL)

Media *through the line* adalah media pada wilayah abu-abu, media ATL yang mengandung unsur media BTL dan sebaliknya, media BTL yang mengandung unsur media ATL. Contoh kegiatan promosi yang berkaitan dengan *through the line* diantaranya pameran produk dengan cara membagikan brosur atau katalog serta menyematkan alamat *website* toko online mereka

3.8.3 Bauran Promosi

Sebuah bauran promosi yang digagas oleh Philip Kotler yang tercantum dalam buku karangan milik Saladin (2004: 172) adalah sebagai berikut:

- a. Periklanan (*advertising*)
Periklanan merupakan segala bentuk penyajian nonpersonal, promosi segala ide, promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar.
- b. Promosi Penjualan (*sales promotion*)
Promosi penjualan yaitu variasi insentif jangka pendek bagaimana audiens merangsang pembelian atau penjualan suatu barang atau jasa.
- c. Masyarakat dan Publisitas (*public relation and publicity*)
Hubungan masyarakat dan publisitas adalah suatu usaha dari program yang telah dirancang yang berguna untuk memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.
- d. Penjualan Personal (*personal selling*)
Penjualan personal atau biasa disebut dengan penjualan pribadi adalah tatap muka dengan penyajian lisan dalam pembicaraan antara penjual dan pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.
- e. Pemasaran Langsung (*direct marketing*)
Pemasaran langsung adalah proses penjualan dengan cara komunikasi secara langsung dengan menggunakan media mail, telepon, *fax*, surat elektronik, maupun internet guna mendapatkan balasan langsung dari konsumen secara jelas.

3.9. Media baru

Menurut Martin Lister dkk dalam bukunya *New Media: A Critical Introduction* (2009 : 13) penggunaan media baru mengacu pada bentuk perubahan skala besar dalam bentuk promosi sebuah media, distribusi sebuah media dan penggunaan media yang bersifat teknologis, tekstual dan konvensional. media baru juga memiliki beberapa karakteristik, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi.

1. Digital

Media baru mengacu pada media yang sifatnya digital, dimana dalam bentuk pemrosesannya serta penyimpanannya dalam bentuk angka dan keluaranya dalam bentuk cakram digital. Dalam bentuk penyimpanannya tidak memerlukan ruangan yang luas karena data telah di kompres menjadi ukuran yang lebih kecil serta dapat dengan mudah diakses dengan kecepatan tinggi.

2. Interaktif

Karakteristik ini menjadi kelebihan ciri utama media baru, pengguna dapat berinteraksi satu sama lain serta memungkinkan pengguna dapat terlibat secara langsung dalam perubahan gambar maupun teks yang mereka akses

3. Hiperteks

Hiperteks memungkinkan pengguna dapat membaca teks tidak secara berurutan seperti media lama melainkan dapat memulai dari mana pun yang diinginkan.

4. Jaringan

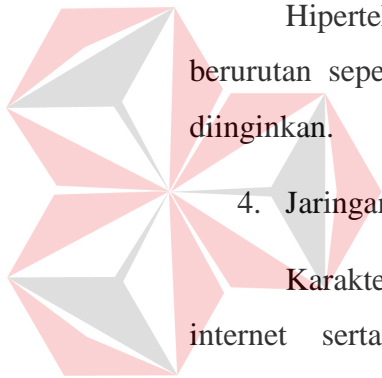
Karakteristik ini berkaitan dengan ketersediaan berbagai konten melalui internet serta melibatkan penggunaan konsumsi internet. Misal akan mengkonsumsi suatu media yang berupa teks maupun gambar, maka akan memiliki sejumlah besaran akses teks atau gambar yang sangat berbeda dalam penggunaan internet.

5. Virtual

Karakteristik ini berkaitan dengan upaya mewujudkan sebuah dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.

6. Simulasi

Simulasi tidak berbeda jauh dengan virtual. Karakteristik ini terkait dengan penciptaan dunia buatan yang dilakukan melalui model tertentu.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai deskripsi pekerjaan atau tugas kerja praktik yang dilakukan di Museum Mpu Tantular

4.1 Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan penulis ialah sebagai berikut

Nama perusahaan : Museum Mpu Tantular Sidoarjo
Divisi/Bagian : Dokumentasi – Publikasi
Tempat : Jl. Raya Buduran – jembatan Layang, Sidoarjo
61252 Jawa timur, Indonesia

Kerja praktek dilaksanakan selama satu bulan di Museum Mpu Tantular, dimulai pada tanggal 22 Juli – 24 Agustus 2019, dengan alokasi waktu sebagai berikut :

A. Senin – Kamis : 07.00 – 15.30 WIB
B. Jumat : 06.30 – 14.30 WIB
C. Minggu : 07.00 – 14.00 WIB

4.2 Perancangan Karya

Dalam proses pembuatan video promosi pameran nasional alat musik tradisional yang dilakukan selama di Museum Mpu Tantular, perlu adanya urutan proses pembuatan video dari proses perencanaan hingga akhir. Fungsi dari urutan tersebut untuk mempermudah jalannya proses produksi sebuah video. Urutan tersebut ialah pra-produksi, produksi, pasca produksi. Sehingga nantinya mempermudah jalanya proses produksi sebuah videomengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.

4.3 Pra Produksi

4.3.1 Konsep

Dalam proses pembuatan konsep video promosi pameran nasional alat musik tradisional di Museum Mpu Tantular ini, diambil dari persetujuan pihak Museum Mpu Tantular, yang nantinya sebagai sarana media promosi di media sosial. Tujuan dalam pembuatan video promosi ini yaitu untuk menarik minat masyarakat agar cinta terhadap budaya bangsa, khususnya generasi muda serta meningkatkan daya tarik museum dapat tercapai. Konsep dalam pembuatan video event promosi pameran nasional alat musik tradisional yaitu menunjukkan beberapa serangkaian acara serta meliput beberapa serangkaian kegiatan yang sedang berlangsung di museum Mpu Tantular

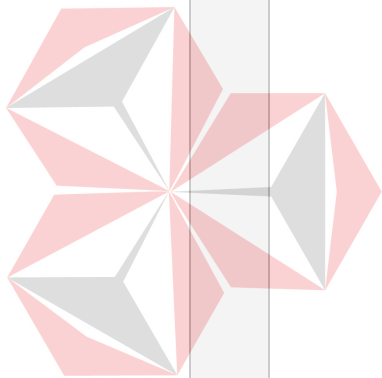
4.3.2 Bentuk Kegiatan

1. Pameran nasional benda-benda alat musik tradisional yang diikuti oleh berbagai Museum Negeri provinsi Se-Indonesia
2. Lomba Edukatif – Kultural kreativitas seni musik pelajar dan menggambar koleksi Museum tingkat SLTP se-Surabaya dan Sidoarjo
3. Seminar tentang Alat Musik Tradisional Nusantara dengan narasumber Direktur PCBM Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI – Jakarta, Purwacaraka (Pakar musik), Dr Machung (Pakar musik)
4. Belajar bersama di Museum Mpu Tantular

4.3.3 Agenda Kegiatan

NO	HARI / TANGGAL	ACARA
1	Selasa 13 Agustus 2019	<ul style="list-style-type: none"> - Penjemputan kedatangan peserta - Registrasi peserta di Fave Hotel Sidoarjo, Jawa Timur

2	Rabu 14 Agustus 2019	
3	PAGI (Pembukaan) 09.00 WIB – selesai	<p>- Acara Pembukaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesenian penyambutan kedatangan SEKDAPROV JATIM - Pemberian tali asih pada kaum dhuafa - Menyanyikan lagu Indonesia Raya - Doa - Pertunjukan musik dari STKW - Laporan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur - Sambutan Direktur PCBM Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI – Jakarta - Sambutan SEKDAPROV Jawa Timur, sekaligus meresmikan pembukaan acara ditandai dengan memutar “Alat Musik DongkreK” oleh Gubernur Jawa Timur diikuti semua hadirin dengan memutar cinderamata alat musik dongkreK yang sudah disiapkan oleh panitia - Pertunjukan seni musik sahabat museum dari komunitas difabel - Pertunjukan kesenian dari Provinsi Kalimantan Selatan - Peninjauan pameran - Ramah tamah - Lomba Menggambar objek koleksi museum tingak pelajar SLTP



UNIVERSITAS
Dinandimika

	11.00 WIB – selesai	<p>Seminar tentang Alat Musik Tradisional Nusantara dengan tema “<i>Pesona Harmoni Suara Nusantara</i>”, Narasumber:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Direktur PCBM Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI – Jakarta - Purwacaraka (Pakar Musik) - Dr. Machung (Pakar Musik) - Belajar Bersama di museum Mpu Tantular
4	<p>Kamis 15 Agustus 2019</p> <p>08.00 WIB – SELESAI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lomba Kreativitas Seni Musik Pelajar Tingkat SLTP se-Surabaya, Sidoarjo dan Penyerahan Hadiah Lomba



UNIVERSITAS
Dinamika

5	Jumat 16 Agustus 2019	<ul style="list-style-type: none"> - Penyelesaian administrasi - Pengantaran kepulangan peserta dan tamu undangan ke bandara dan stasiun kereta
---	-----------------------	---

Gambar 4.1 Tabel Kegiatan

(Sumber : Penulis, 2019)

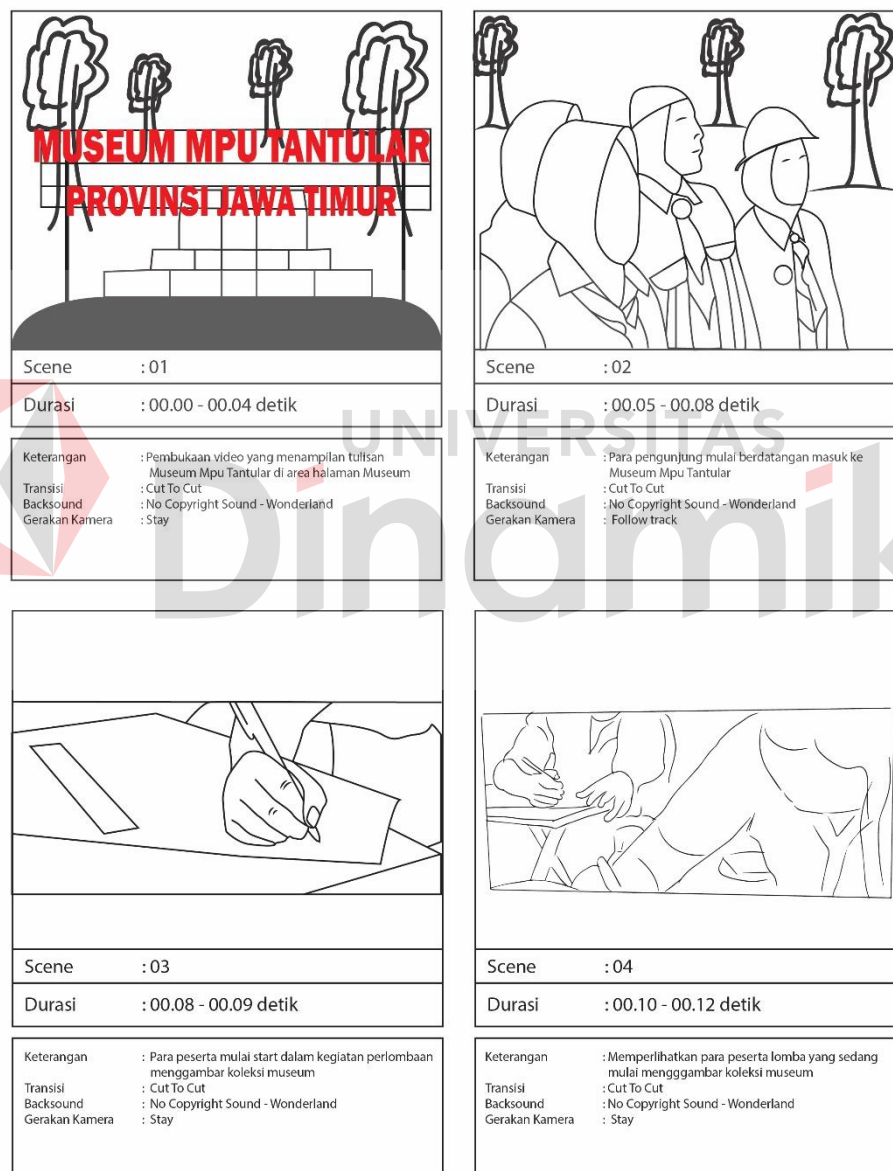
4.3.4 Sinopsis

Alat musik tradisional merupakan perwujudan dan nilai – nilai warisan budaya sebagai alat pengiring suatu pembukaan acara, pengiring tarian maupun upacara adat yang sesuai dengan tradisi di setiap daerahnya masing – masing. Alat musik tradisional di setiap daerah memiliki ciri khas masing - masing dalam memainkannya serta dalam penggunaannya juga berbeda – beda.

Pameran nasional alat musik tradisional merupakan kegiatan yang diadakan di Museum Mpu Tantular yang bertujuan menginformasikan tentang permuseuman, dan mengenalkan benda koleksi museum. yang terkait dalam kegiatan pameran nasional alat musik tradisional kepada masyarakat, dan untuk menarik minat masyarakat, khususnya para generasi muda, agar warisan budaya bangsa yang berupa alat musik tradisional ini nantinya tidak akan hilang.

4.3.5 Storyboard

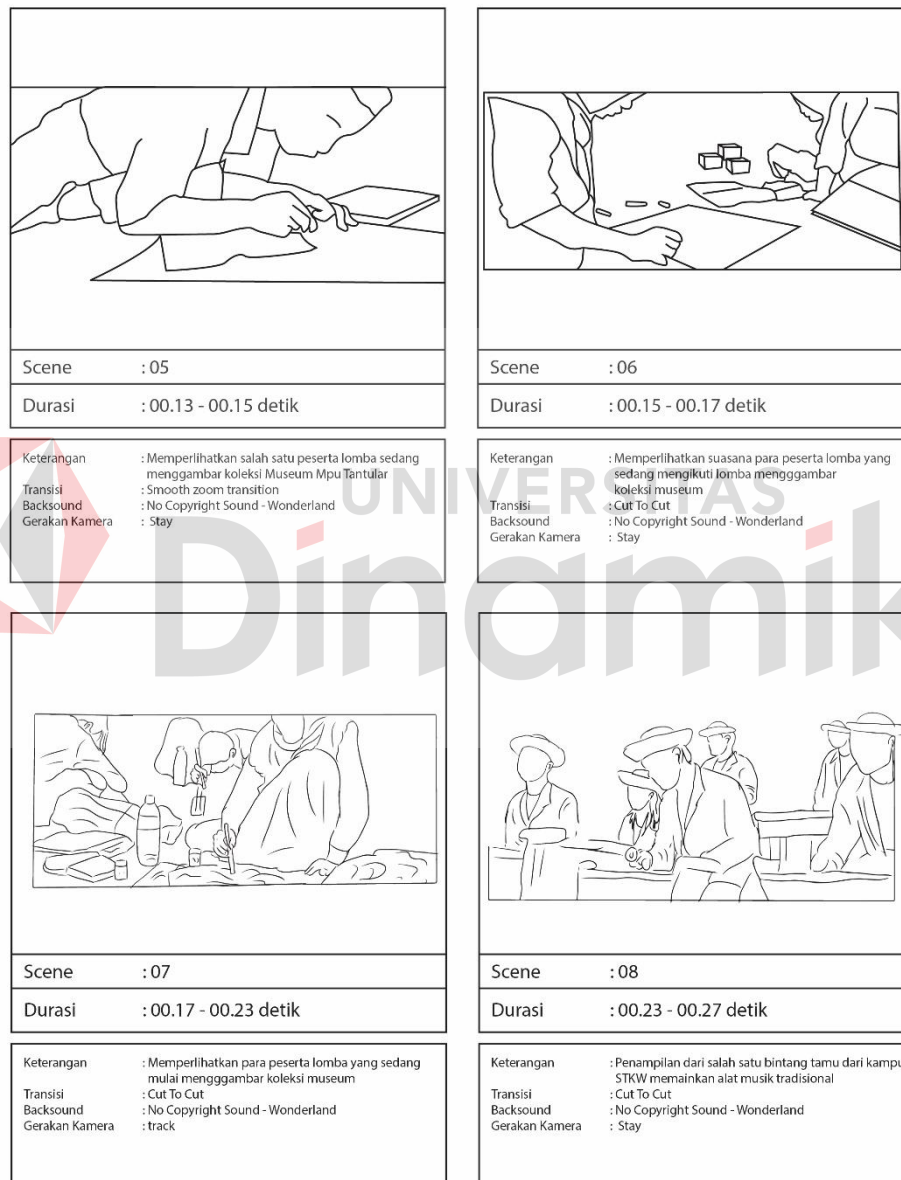
Storyboard merupakan susunan sketsa gambar berurutan yang disesuaikan dengan naskahnya, dan nantinya bertujuan untuk memudahkan dalam manajemen waktu agar proses produksi hingga pasca produksi terstruktur dengan baik. berikut storyboard dalam pembuatan video pameran nasional alat musik tradisional Museum Mpu Tantular sebagai upaya promosi Museum Mpu Tantular



Gambar 4.2 Storyboard

(Sumber : Penulis, 2019)

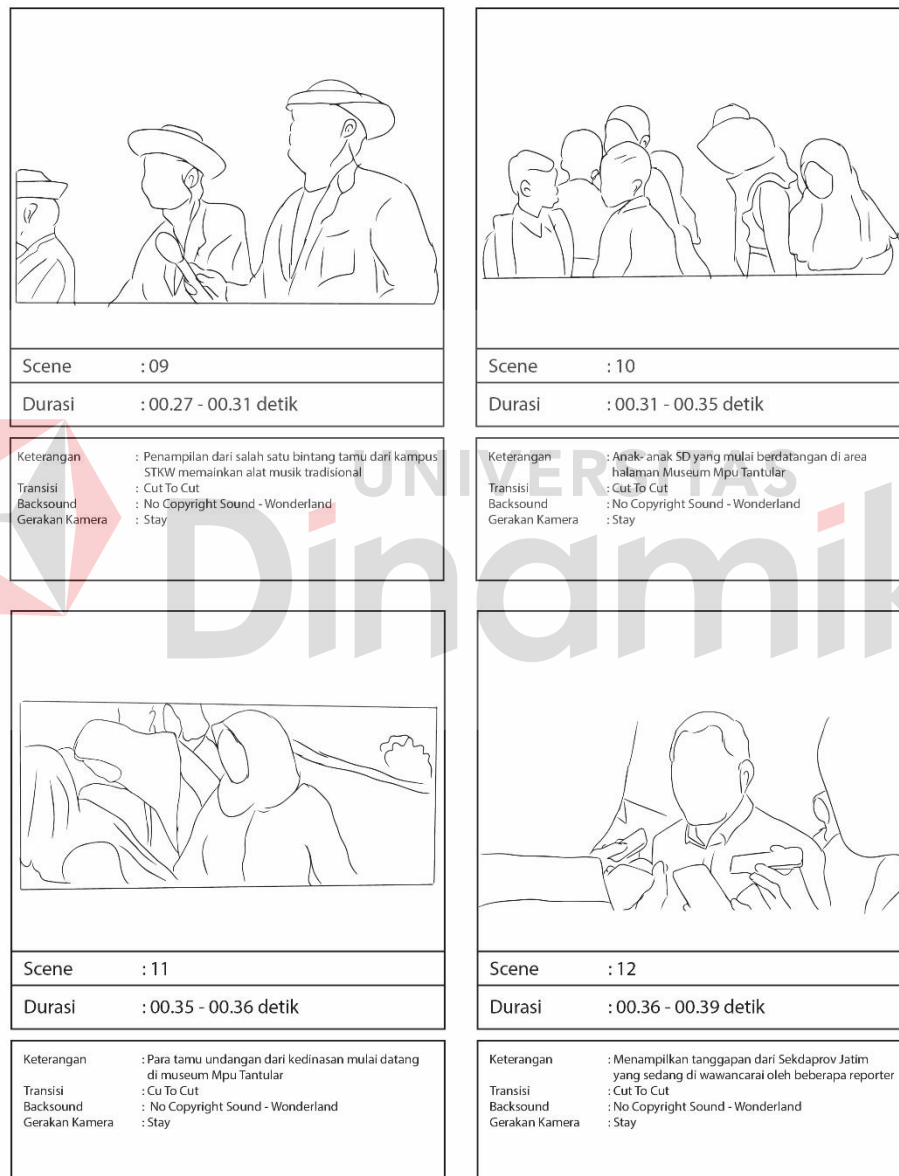
Scene 1 pembukaan video menampilkan tulisan Museum Mpu Tantular yang berada di halaman Museum dengan posisi kamera *stay*. Scene 2 memperlihatkan beberapa pengunjung yang berdatangan di area Museum Mpu Tantular dan posisi kamera mengikuti objek. Scene 3 dan 4 memperlihatkan para peserta mulai menggambar dalam mengikuti kegiatan lomba menggambar koleksi Museum Mpu Tantular dengan posisi kamera *stay*.



Gambar 4.3 Storyboard

(Sumber : Penulis, 2019)

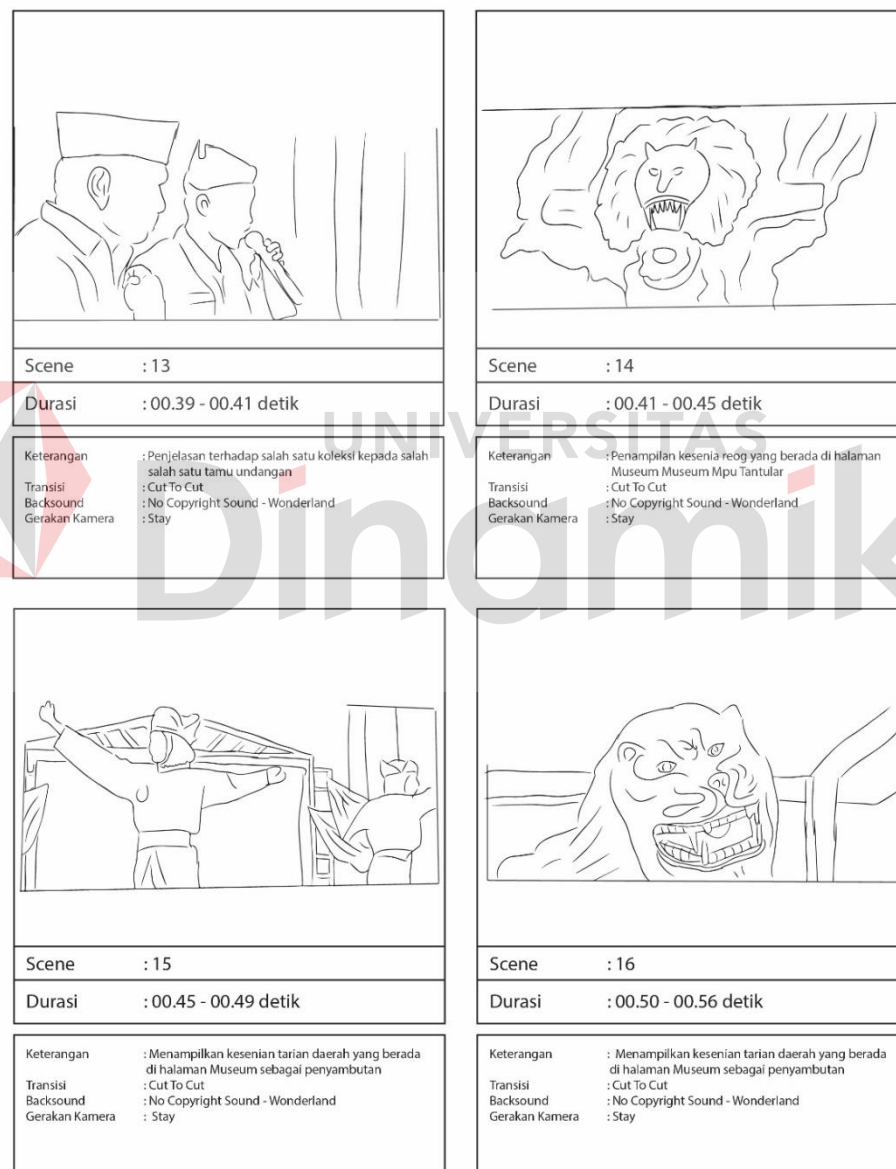
Scene 5 – 7 memperlihatkan suasana para peserta lomba yang sedang mulai menggambar dan terdapat juga sedang mewarnai beberapa objek yang sudah hampir selesai. Perpindahan scene 5 – 6 menggunakan transisi *smooth zoom transition* dan posisi kamera di scene 5 dan 6 stay pada objek yang dituju, dan perpindahan scene 6 – 7 menggunakan transisi Cut To Cut. Scene 8 memperlihatkan penampilan musik tradisional yang di isi oleh STKW.



Gambar 4.4 Storyboard

(Sumber : Penulis, 2019)

Scene 9 masih menampilkan penampilan musik tradisional yang dibawakan oleh STKW dengan pengambilan gambar medium shot. Scene 10 menampilkan beberapa pengunjung dari siswa – siswa Sekolah Dasar. Scene 11 menampilkan beberapa tamu undangan yang datang dari kedinasan serta melakukan registrasi. Scene 11 menampilkan tanggapan dari SEKDA PROV Jatim yang sedang di wawancari oleh wartawan media tentang tanggapan acara pameran nasional alat musik tradisional.



Gambar 4.5 Storyboard

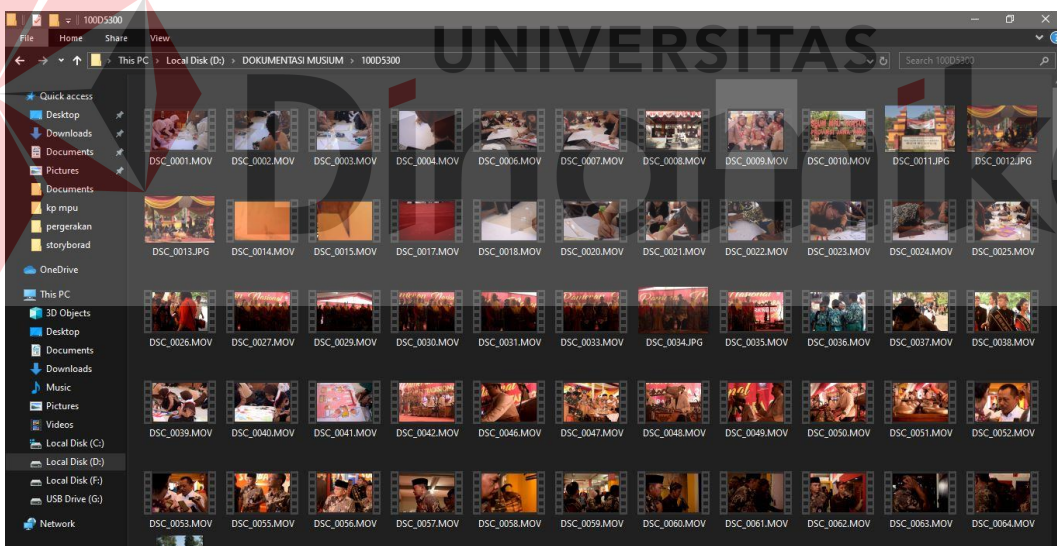
(Sumber : Penulis, 2019)

Scene 13 memperlihatkan penjelasan salah satu koleksi yang ada di Museum kepada pengunjung, Scene 14,15,16 menampilkan kesenian tarian daerah yang berada di halaman Museum Mpu Tantular sebagai penyambut kedatangan para pengunjung dan para tamu undangan serta menambah kemeriahan dalam kegiatan pameran nasional alat musik tradisional yang diselenggarakan oleh Museum Mpu Tantular.

4.4 Produksi

4.4.1 Pemilihan Stock Video

Pemilihan Stock video dilakukan dengan cara memilah beberapa video yang nantinya akan dipilih kemudian layak untuk diproses dalam pembuatan video promosi. Video yang telah dipilih nantinya akan disortir dan diambil yang sesuai dengan *storyboard* sebagai acuannya agar tidak keluar dari konsep yang sudah direncanakan



Gambar 4.6 Pemilihan stock video

(Sumber : Penulis, 2019)

4.4.2 Pemilihan background

Pemilihan background dilakukan penyesuaian dengan video yang nantinya akan di edit, serta background dapat menjadi latar belakang sebuah video yang nantinya akan menjadi salah satu daya tarik para audience yang melihatnya.

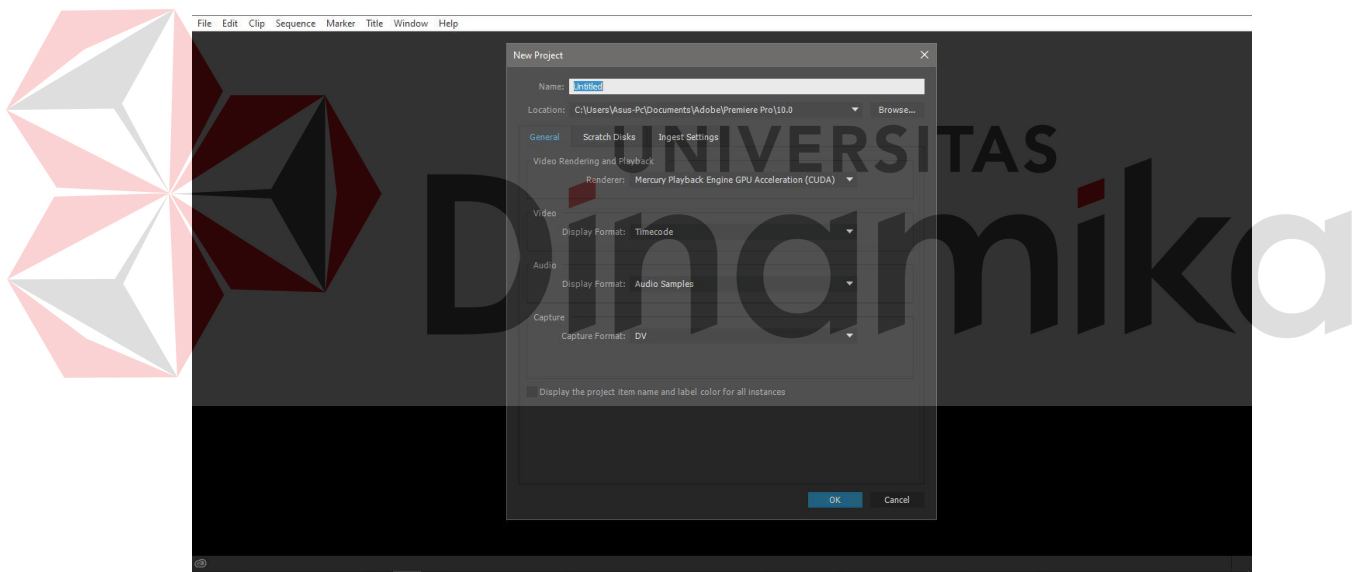
4.5 Pasca Produksi

4.5.1 Proses Editing

Dalam proses tahapan editing penulis menggunakan salah satu *software editing* video untuk melakukan tahapan editing, terdapat 2 proses tahapan yang dilakukan yaitu proses editing offline kemudian proses editing online

4.5.2 Editing Offline

Pada tahap ini adalah tahap untuk menentukan bagaimana pengolahan video yang akan di kembangkan mulai dari nama file hingga format dan ukuran video juga ditentukan. Serta pemilihan video yang sudah siap untuk tahapan editing.



Gambar 4.7 Proses tahapan editing

(Sumber : Penulis, 2019)

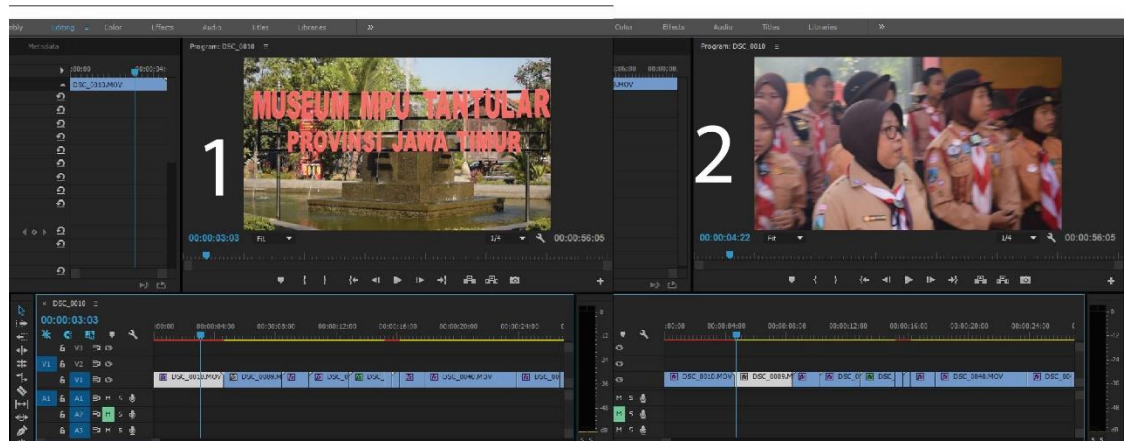
Tahap selanjutnya setelah pemilihan video yang nantinya di letakan di timeline kemudian proses editing sampai pada pemotongan adegan dan pemberian transisi yang dibutuhkan dari scene per scene.



Gambar 4.8 Proses tahapan editing

(Sumber : Penulis, 2019)

Berikut adalah tampilan awal video dari scene 1 dan scene 2 setelah pelatakan di timeline pada tahapan editing offline



Gambar 4.9 Tampilan scene 1 dan 2

(Sumber : Penulis, 2019)

Berikut adalah menampilkan peserta yang sedang mengikuti lomba menggambar koleksi museum pada scene 3 dan scene 4 setelah pelatakan di timeline pada tahapan editing offline



Gambar 4.10 Tampilan scene 3 dan 4

(Sumber : Penulis, 2019)

Tampilan gambar dari scene 5 dan scene 6 menampilkan para peserta lomba serta suasana lomba menggambar koleksi Museum Mpu Tantular



Gambar 4.11 Tampilan scene 5 dan 6

(Sumber : Penulis, 2019)

Sama dengan scene sebelumnya scene 7 masih memperlihatkan peserta perlombaan dan pada scene 8 menampilkan pertunjukan musik dari STKW



Gambar 4.12 Tampilan scene 7 dan 8

(Sumber : Penulis, 2019)

Scene 9 menampilkan pertunjukan musik dari STKW dan scene 10 memperlihatkan para pengunjung dari Sekolah Dasar



Gambar 4.13 Tampilan scene 9 dan 10

(Sumber : Penulis, 2019)

Berikut adalah tampilan dari scene 11 yang memperlihatkan tanggapan dari SEKDA PROV yang sedang diwawancara tentang kegiatan pameran nasional alat musik tradisional, serta scene 12 mulai banyak yang berdatangan dari tamu undangan.



Gambar 4.14 Tampilan scene 11 dan 12

(Sumber : Penulis, 2019)

Scene 13 memperlihatkan penjelasan dari salah satu koleksi terhadap tamu undangan, scene 14 memperlihatkan kesenian reog ponorogo yang berada di halaman Museum Mpu Tantular



Gambar 4.15 Tampilan scene 13 dan 14

(Sumber : Penulis, 2019)

Berikut adalah tampilan gambar dari scene 15 dan scene 16 yang menampilkan tarian kesenian daerah yang berada di joglo Museum Mpu Tantular

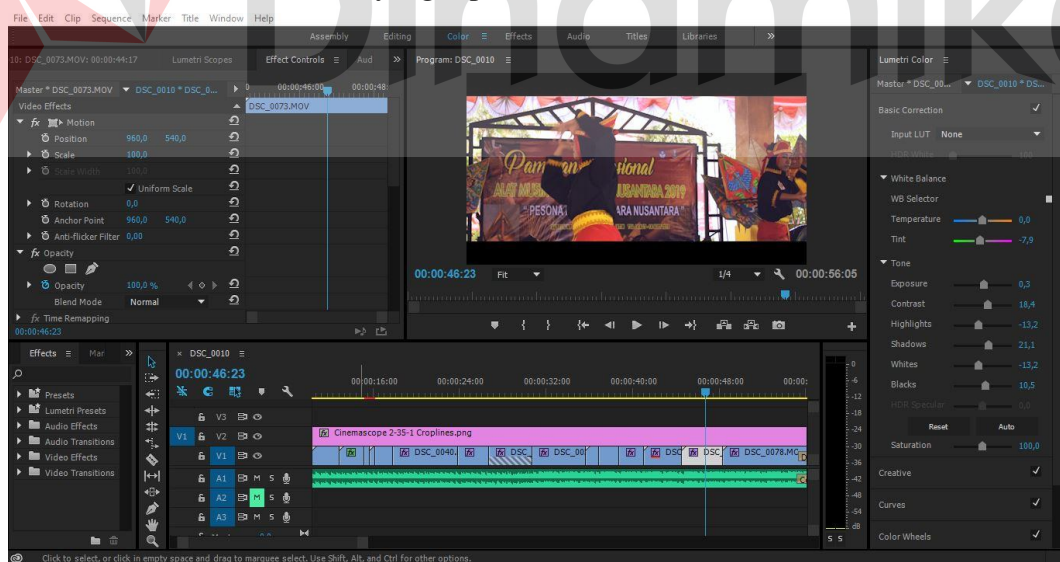


Gambar 4.16 Tampilan scene 15 dan 16

(Sumber : Penulis, 2019)

4.5.3 Editing Online

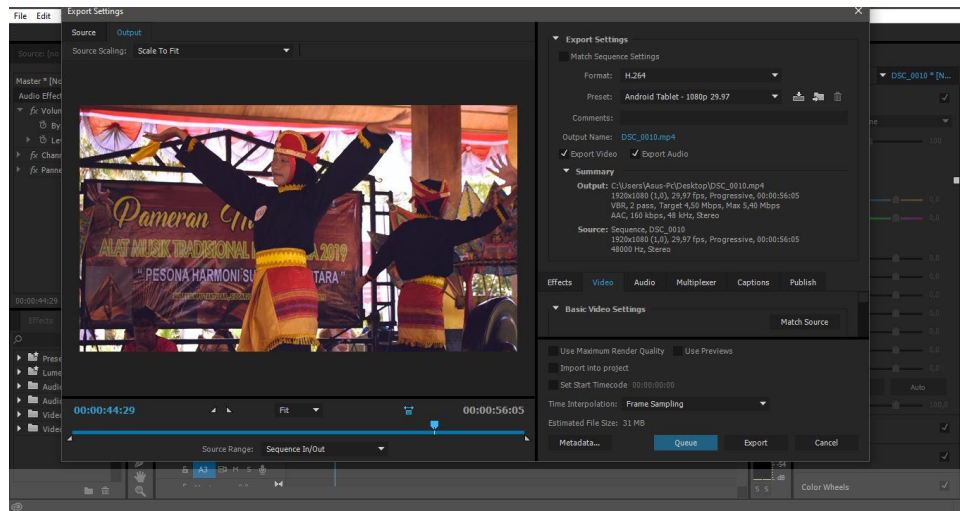
Pada tahap selanjutnya setelah menata beberapa video dan melakukan pemotongan peradegan, selanjutnya dilakukan dengan penambahan background, kemudian memberikan efek yang diperlukan



Gambar 4.17 Proses tahapan editing

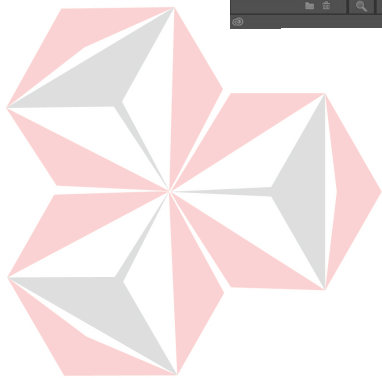
(Sumber : Penulis, 2019)

Pada bagian ini proses editing video sudah hamper selesai karena backsound sudah terisi dan pemasangan cinemascope sudah terpasang tahap ini akan berlanjut ke proses rendering, tahap rendering ini adalah tahap terakhir dari proses editing, rendering yang menentukan format video, resolusi video, dan penempatan file.



Gambar 4.18 Proses tahapan editing

(Sumber : Penulis, 2019)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam pembuatan laporan perancangan video promosi pameran nasional alat musik tradisional Museum Mpu Tantular sebagai upaya promosi Museum Mpu Tantular kesimpulan yang dapat didapat yaitu :

1. Untuk melakukan perancangan video event promosi harus mempunyai tujuan yang selaras dengan pihak Museum Mpu Tantular, video yang disampaikan harus terlihat jelas agar masyarakat dapat menerima informasi yang disampaikan, dan bertujuan untuk menarik minat masyarakat
2. Video promosi dapat menjadi salah satu media yang efektif dalam melakukan promosi, yang nantinya dapat diterapkan dalam berbagai media, sehingga mampu menjadi alat komunikasi yang dapat tersampaikan.

5.2 Saran

Semoga dalam pembuatan video promosi pameran nasional alat musik tradisional sebagai upaya promosi museum Mpu Tantular dapat berguna dan bermanfaat. Sebagai penulis saya mohon maaf apabila dalam penulisan laporan ini banyak terdapat kekurangan dalam penulisan maupun dalam pembuatan video promosi ini. Berdasarkan penjelasan perancangan diatas, adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di Museum Mpu Tantular adalah :

1. Kerja sama yang baik antara pihak – pihak yang bersangkutan agar terjalin hubungan yang baik, sehingga nantinya agar diperoleh hasil akhir yang didapat dan saling memuaskan pihak – pihak yang terkait
2. Perlunya komunikasi yang intensif agar tidak terjadinya miss komunikasi antara pihak yang keterkaitan, sehingga dapat terjalinnya hubungan yang baik kedepannya

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta:PT. Bintang Pustaka Abadi

Ebdi, Sanyoto Sadjiman. Drs. (2005) *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, Penerjemah: Hendra Teguh, dkk. Jakarta: Prenhallindo.

Lister, Martin dkk 2009. *New Media: A Critical Introduction*. New York

Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana penanda media group

Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: alfabeta.

Nugroho, Sarwo. 2014. *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Saladin, Djaslim. 2003. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian)*. Bandung: Linda Karya.

Semedhi, Bambang. 2011. *Sinematografi – videografi*. Bogor. Ghalia Indonesia

Sumber Lain :

<http://belajaritutiadaakhir.blogspot.com/2011/08/museum-di-indonesia.html>

(diakses Jumat 22 November 2019 19:20)

<https://www.pelajaran.co.id/2018/31/pengertian-museum-fungsi-dan-klasifikasi-macam-jenis-museum-menurut-para-ahli-lengkap.html> (diakses Sabtu 23 November 2019 10:15)

<https://pakarkomunikasi.com/teori-media-baru> (diakses Minggu 24 November 2019 10:30)

<https://www.pelajaran.co.id/2017/28/pengertian-promosi-menurut-para-ahli.html>
(diakses Rabu 13 November 2019 15:00)

<https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html> (diakses Kamis 14 November 2019 21:20)

<http://www.keeindonesia.com/blogs/keelesson/mengenal-jenis-jenis-sudut-pada-pengambilan-gambar> (diakses Jumat 15 November 2019 20.00)

<http://dinysys.blogspot.com/2015/01/pengertian-dan-jenis-video.html> (diakses Jumat 15 November 2019 21.00)

<http://www.rangkumanpustaka.com/2017/04/pengertian-dan-kelebihan-kelemahan.html> (diakses Sabtu 16 November 2019 20.00)



UNIVERSITAS
Dinamika