

PEMBUATAN VIDEO FEATURE INTERAKTIF TENTANG WISATA KOTA SURABAYA DENGAN JUDUL "NANG ENDI MANEH?"

TUGAS AKHIR

Program Studi

DIV Komputer Multimedia

Oleh:

IMMANUEL HARYADI

09510160014

PEMBUATAN VIDEO FEATURE INTERAKTIF TENTANG WISATA KOTA SURABAYA DENGAN JUDUL "NANG ENDI MANEH?"

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana Terapan Komputer Multimedia



Nama : Immanuel Haryadi

NIM : 09.51016.0014

Program Studi : DIV Komputer Multimedia

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

Tugas Akhir

PEMBUATAN VIDEO *FEATURE* INTERAKTIF TENTANG WISATA KOTA SURABAYA DENGAN JUDUL

"NANG ENDI MANEH?"

Dipersiapkan dan disusun oleh

Immanuel Haryadi NIM: 09.51016.0014

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji pada 16 Februari 2015

Pembimbing: I. Karsam, MA., Ph.D. II. Thomas Hanandry Dewanto, M.T. Penguji: I. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. II.Yusmita Akhirul Latif, M. Sn.

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana

<u>Dr.Jusak</u> Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama: Immanuel Haryadi

NIM : 09.51016.0014

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Tugas Akhir saya yang

berjudul Pembuatan Video Feature Interaktif Tentang Wisata Kota

Saurabaya Dengan judul "Nang Endi Maneh?" yang diproduksi pada Februari

2014 sampai Juli 2014 adalah asli karya saya, bukan plagiat baik sebagian

ataupun keseluruhan. Karya atau pendapat orang lain yang ada dalam Tugas Akhir

ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindakan plagiat pada karya Tugas

Akhir ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pencabutan terhadap gelar

kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Februari 2015

Immanuel Haryadi 09510160014

09310160014

iv

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA

UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama: Immanuel Haryadi

NIM : 09.51016.0014

Menyatakan bahwa demi kepentingan pendidikan, ilmu pengetahuan, teknologi

dan seni, menyetujui karya Tugas Akhir saya yang berjudul Pembuatan Video

Feature Interaktif Tentang Wisata Kota Saurabaya Dengan judul "Nang

Endi Maneh?" untuk disimpan, dipublikasikan atau diperbanyak dalam bentuk

apapun oleh Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Teknik Komputer

Surabaya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Februari 2015

<u>Immanuel Haryadi</u>

V

LEMBAR MOTTO



Lakukanlah Yang Terbaik

LEMBAR PERSEMBAHAN



Kupersembahkan kepada:

Papa, Mama, dan kakak tercinta

Beserta semua keluarga serta teman-teman yang sangat mendukung

Tugas Akhir ini

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan Tugas Akhir ini adalah dapat membuat video *feature* interaktif tentang wisata di Kota Surabaya. Video ini menggunakan metode kualitatif.

Dalam video ini point yang diangkat adalah mengenalkan wisata yang ada di Surabaya. Hal ini dilatar belakangi oleh seringnya anak remaja Surabaya yang menghabiskan liburan mereka ke luar kota. Padahal di Surabaya punya banyak wisata yang layak dikunjungi. Selain itu, banyak tempat wisata di Surabaya yang memiliki nilai-nilai budaya dan ciri khas yang unik.

Video adalah rangkaian gambar yang bergerak membentuk suatu cerita yang biasa disebut movie atau video media. Video mempunyai beberapa fungsi diantaranya adalah menjadi media untuk mengenalkan sesuatu ke masyarakat.

Video interaktif bisa menjadi media yang menarik bagi penonton, sehingga mereka bisa menikmati beberapa tempat dengan memilih langsung tempat wisata yang ingin mereka ketahui.

Dengan pembuatan tugas akhir video *feature* interaktif tentang wisata Kota Surabaya ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas perfilman di Indonesia supaya lebih berkembang dan meningkatan jumlah wisata domestik baik khususnya anak remaja Surabaya.

Kata Kunci: Video, Interaktif, Wisata, Kota Surabaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul **Pembuatan Video** *Feature* **Interaktif Tentang Wisata Kota Surabaya Dengan Judul "Nang Endi Maneh?"**. Berkaitan dengan hal tersebut, selama proses penulisan ini penulis banyak mendapat bantuan baik moral maupun materiil dari banyak pihak, maka dalam kesempatan ini penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Papa dan mama selaku produser yang menjadi panutan untuk selalu disiplin dan bekerja keras, serta adik-adik selalu mendoakan kelancaran Tugas Akhir ini.
- 2. Bapak Karsam, MA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I dan Kaprodi DIV Komputer Multimedia atas penyemangat dan ketelitian beliau memeriksa setiap kekurangan dari Tugas Akhir ini.
- 3. Bapak Thomas Hanandry Dewanto, M.T. selaku Dosen Pembimbing II atas diskusi-diskusinya dan memberikan penjelasan mengenai hal-hal yang masih kabur dalam teknis pembuatan karya ini.
- 4. Bapak Guruh Nusantara, S.ST. selaku Dosen Wali yang selalu memberi wejangan dan motivasi untuk terus fokus menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- Para dosen DIV Komputer Multimedia yang berkenan memberikan saran dan kritik pada Tugas Akhir ini.

- 6. Kru pembuatan karya ini: Yohana, Trio, Haekal, Ayunda, Devita yang mau meluangkan waktu dalam produksi, terima kasih atas kerjasamanya sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan.
- Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan penyusunan laporan Tugas
 Akhir ini.

Akhir kata, semoga laporan Tugas Akhir ini bisa memberikan manfaat khusus bagi pembaca dan penulis, serta berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan.



DAFTAR ISI

	I	Halamar
KATA PEN	GANTAR	ix
DAFTAR IS	SI	xi
DAFTAR G	SAMBAR	xiii
DAFTAR T	ABEL	XV
DAFTAR L	AMPIRAN	xvi
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang Masalah	1
	1.2 Perumusan Masalah	5
	1.3 Batasan Masalah	5
	1.4 Tujuan	_7
	1.5 Manfaat	7
BAB II	LANDASAN TEORI	8
	2.1 Video	8
	2.2 Jenis-Jenis Video	13
	2.3 Feature	. 15
	2.4 Video Interaktif	19
	2.5 Video <i>Feature</i> Interaktif	20
	2.6 Langkah-Langkah Pembuatan Video <i>Feature</i> Interaktif	21
	2.7 Crew Produksi/ Shooting	25
	2.8 Kamera	28
	2.8.1 Pergerakan Kamera	33

	2.9 Editing	34
	2.10 Desain Grafis	39
	2.11 Elemen-elemen Desain Grafis	39
	2.12 Wisata Kota Surabaya	41
BAB III	METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA	54
	3.1 Metodologi	54
	3.2 Teknik Pengumpulan Data	55
	3.3 Teknik Analisis Data	61
	3.3.1 Segmentation, Targeting, Positioning	62
	3.4 Perancangan Karya	62
	3.4.1 Pra Produksi	64
BAB IV	IMPLEMENTASI KARYA	73
	4.1 Produksi	73
	4.1.1 Setting Lokasi dan Tokoh	74
	4.1.2 Pengambilan Gambar	76
	4.2 Pasca Produksi	79
BAB V	PENUTUP	106
	5.1 Kesimpulan	106
	5.2 Saran	107
DAFTAR P	PUSTAKA	108
BIODATA	PENULIS	111
LAMPIRA	N	112

DAFTAR GAMBAR

Ha Gambar 2.1 Screenshot "Video Dating Interactive"	alaman 19
Gambar 2.2 Screenshot "Video Dating Interactive"	
Gambar 2.3 Possible Interactive Narative Structure	23
Gambar 2.4 Contoh Long Shot	29
Gambar 2.5 Contoh Medium Shot	
Gambar 2.6 Contoh Medium Close Up	
Gambar 2.7 Contoh Two Shot	31
Gambar 2.8 Contoh Over Shoulder Shot	32
Gambar 2.9 Contoh Big Close Up	32
Gambar 3.1 Jalan-Jalan Men Episode Surabaya dan Madura	58
Gambar 3.2 Jelajah Mimpi Episode 3 Jelajah Surabaya	60
Gambar 3.3 Penarikan kesimpulan	62
Gambar 3.4 Bagan perancangan karya	64
Gambar 3.5 Storyboard "Nang Endi Maneh?"	68
Gambar 3.6 Sketsa pin "Nang Endi Maneh?"	69
Gambar 3.7 Sketsa notes cover depan	70
Gambar 3.8 Sketsa notes cover belakang	71
Gambar 3.9 Poster video "Nang Endi Maneh?"	72
Gambar 4.1 Alur Perancangan	73
Gambar 4.2 Pemeran Yohana (Emak)	74
Gambar 4.3 Pemeran Trio	75

Gambar 4.4 Proses pengambilan gambar	76
Gambar 4.5 Proses penataan stock shoot	80
Gambar 4.6 Proses Colour Grading	80
Gambar 4.7 proses sound editing	81
Gambar 4.8 Proses rendering	82
Gambar 4.9 Proses import	83
Gambar 4.10 Proses penyusunan video dengan <i>Tree Structure</i>	84
Gambar 4.11 Proses rendering menjadi video interaktif	85
Gambar 4.12 Scene C2O	86
Gambar 4.13 Menu interaktif C2O	86
Gambar 4.14 Scene Es Jus Purnama	87
Gambar 4.15 Menu interaktif Es Jus Purnama	
Gambar 4.16 Scene Ice Cream Zangrandi	88
Gambar 4.17 Menu interaktif <i>Ice Cream</i> Zangrandi	88
Gambar 4.18 Scene SAS Café n Resto	89
Gambar 4.19 Menu interaktif SAS Café n Resto	89
Gambar 4.20 Scene Gae Koen Tok	90
Gambar 4.21 Menu interaktif Gae Koen Tok	90
Gambar 4.22 Scene Kampung Ilmu	91
Gambar 4.23 Menu interaktif Kampung Ilmu	91
Gambar 4.24 Scene Wunderkameur	92
Gambar 4.25 Menu interaktif Wunderkameur	92
Gambar 4.26 Scene Museum Kesehatan Dr. Adhvatma	93

Gambar 4.27 Menu interaktif Museum Kesehatan Dr.Adhyatma	93
Gambar 4.28 Scene Ludruk Irama Budaya	94
Gambar 4.29 Menu interaktif Ludruk Irama Budaya	94
Gambar 4.30 Scene Museum Rudi Isbandi	95
Gambar 4.31 Menu interaktif Museum Rudi Isbandi	95
Gambar 4.32 Scene Klenteng Hok An Kiong	96
Gambar 4.33 Menu interaktif Klenteng Hok An Kiong	96
Gambar 4.34 Scene Gereja KELSAPA	97
Gambar 4.35 Menu interaktif Gereja KELSAPA	97
Gambar 4.36 Scene Patung Budha 4 Wajah	98
Gambar 4.37 Menu interaktif Patung Budha 4 Wajah	98
Gambar 4.38 Scene Museum Museum Tugu Pahlawan	99
Gambar 4.39 Menu interaktif Museum Tugu Pahlawan	99
Gambar 4.40 Scene Museum W R Soepratman	100
Gambar 4.41 Menu interaktif Museum W R Soepratman	100
Gambar 4.42 Scene Monumen Pers Perjuangan Surabaya	101
Gambar 4.43 Menu interaktif Monumen Pers Perjuangan Surabaya	101
Gambar 4.44 Desain pin.	102
Gambar 4.45 Desain pada cover depan notes	102
Gambar 4.46 Desain pada baju	103
Gambar 4.47 Desain poster	103

DAFTAR TABEL

	Halamar
Tabel 2.1 Tempat Pengambilan Gambar	49
Tabel 3.1 Data Informan	56
Tabel 3.2 Skenario "Nang Endi Maneh?"	66
Tabel 4.1 Realisasi Biaya	104



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kolokium	112
Lampiran 2. Storyboard	115
Lampiran 3. Skenario	144



BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan yang ingin dicapai dari Tugas Akhir ini adalah dapat membuat video feature interaktif tentang wisata kota Surabaya dengan judul "Nang Endi Maneh?". Hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya tempat wisata yang ada di Kota Surabaya, tetapi wisata-wisata tersebut jarang didatangi oleh pengunjung. Kebanyakan dari warga Kota Surabaya ketika mengahbiskan waktu liburannya mereka selalu memilih keluar kota atau mendatangi pusat-pusat perbelanjaan yang ada. Berangkat dari hal tersebut penulis ingin mengangkat wisata-wisata yang ada di Kota Surabaya. Sedangkan, "Nang Endi Maneh?" dipilih menjadi judul dengan alasan video ini dibuat dengan bahasa ngoko dengan dialek khas Surabaya sehingga mudah dipahami oleh anak muda Surabaya. Disamping itu video feature interaktif belum pernah diangkat menjadi topik dalam pembuatan tuagas akhir di program studi DIV Komputer Multimedia dari angkatan 2007 hingga 2014.

Menurut Weixuan Zhao dalam disertasinya How Can Interactive Film Challenge Conventional Film In The Interactive Media Age (2010: 2) mengatakan bahwa: "Film interaktif adalah tantangan bagi daya tarik estetika film konvensional, dengan melibatkan penonton dalam hal storyboard narasi interaktif dan pengalaman perendaman sinematik interaktif multi-indera. Dengan demikian, Film interaktif membawa tantangan besar bagi film konvensional di eramedia

interaktif." Selain itu video interaktif lebih dinamis karena bisa dikembangkan bilamana nanti wisata di Surabaya bertambah banyak seiring jalannya waktu.

Sebagai ibu kota dari propinsi Jawa Timur, Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Dalam hal kepadatan penduduk Surabaya menempati urutan kedua setelah Jakarta. Dengan tingkat kepadatan jiwa mencapai 8.277 jiwa/km2 (Surabaya, 2006. 7-11). Dengan data tersebut, Surabaya telah menjadi kota metropolis dengan beberapa keanekaragaman yang kaya di dalamnya. Hal tersebut disebabkan karena Surabaya dihuni oleh multi etnis, seperti warga Tionghoa, suku Jawa, Batak, Madura, Bali, Bugis, Sunda dan banyak lagi. Selain etnis-etnis tersebut Surabaya juga dihuni warga Negara asing termasuk Malaysia, Cina, India, Arab, dan Eropa (http://www.eastjava.com).

Meskipun Surabaya banyak dipengaruhi oleh beragam budaya, tetapi keaslian budayanya masih tetap hidup dan berkembang hingga saat ini. Beragam kebudayaan asli itu bisa dilihat dari berbagai cara seperti kesenian wayang, ludrug, tari remo dan kebudayaan khas Jawa lainnya. Disamping memiliki keanekaragaman budaya, Surabaya yang dikenal sebagai kota yang sarat akan sejarah juga memiliki beberapa obyek wisata yang layak dikunjungi. Meskipun kota Surabaya tidak memiliki potensi wisata alam yang dapat dieksplor untuk mengundang para wisatawan untuk datang ke Surabaya (http://www.eastjava.com).

Seperti yang dikemukakan oleh Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini "Kita tidak punya potensi alam, tetapi kita memiliki diferensiasi. Itulah yang harus kita tingkatkan untuk mengembangkan pariwisata di Surabaya, "katanya dalam

penganugerahan "Surabaya Tourism Destination Award 2012", Selasa malam (Surat kabar Antara, 2012).

Lia Sirait dalam (travel.detik.com). Mengatakan bahwa "Surabaya merupakan satu kota dengan beragam destinasi wisata religi berupa patung, bangunan atau rumah ibadah dengan kekhasan masing-masing". Namun wisata di Surabaya bukan hanya terbatas pada wisata religi saja. Masih ada wisata-wisata di Surabaya, seperti wisata belanja berupa pasar sampai mall-mall mewah, wisata museum dari yang berbau pahlawan sampai yang berbau mistis dan ada juga wisata kuliner yang sudah berdiri puluhan tahun, hingga kuliner khas dari Surabaya. Dengan begitu banyaknya tempat wisata di Surabaya, seharusnya mampu menarik banyak wisatawan luar maupun domestik yang singgah atau berkunjung ke Surabaya.

Tetapi banyak dari wisatawan dalam negeri mau pun luar negeri yang tidak tahu tempat-tempat wisata di kota Surabaya, hal tersebut disebabkan kurangnya publikasi mengenai tempat-tempat wisata tersebut. Hal tersebut diperkuat oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jatim, Jarianto yaitu: "Masih minimnya jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung dan menjadikan Jatim sebagai destinasi wisata diyakini akibat kurang maksimalnya promosi yang dilakukan" (http://kabarbisnis.com).

Menurut pendapat Hodlan JT Hutapea yang ditulis dalam blognya http://www.analisadaily.com mengatakan bahwa sebenarnya banyak cara yang bisa dilakukan oleh pemerintah untuk mempromosikan daerah-daerah tujuan wisata di Indonesia. Promosi tersebut dapat dilakukan dengan menggelar konser

musik internasional, seperti Java Jazz Festival yang selalu sukses diselenggarakan setiap tahun. Atau dengan mengikuti ajang-ajang trade and consumer show seperti: ASEAN Tourism Forum (ATF), Internationale Tourismus-Borse (ITB) Berlin, MATTA Fair di Malaysia, iTB Asia di Singapura, dan CITM di Tiongkok.

Menurut Ahmad Sidik dalam blognya (http://media.kompasiana.com) mengatakan selain cara-cara tersebut sebenarnya masih ada bentuk promosi lain, salah satunya adalah film, karena film tidak hanya dimaknai sebagai perwujudan dari karya seni yang dimaksudkan untuk sarana hiburan, inspirasi dan bisnis saja. Lebih dari itu, film dapat dijadikan produk budaya yang turut mempresentasikan suatu negara, suatu bentuk promosi pariwisata.

Kota Surabaya ternyata memiliki 47 objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Jumlah destinasi wisata sebanyak itu sekaligus menggagalkan anggapan kalau Surabaya tidak memiliki tempat wisata yang layak, bahkan boleh dibilang, obyek wisata yang dimiliki Kota Pahlawan ini sangat kaya dan beragam (http://surabayacityguide.co.id). Jika beberapa objek-objek wisata seperti yang dibahas dalam paragraf-paragraf di atas dimasukkan dalam sebuah video dengan durasi 1 jam maka akan sangat berat dalam pengemasannya. Jika hal tersebut tetap dipaksakan maka akan menimbulkan kejenuhan pada penoton. Karena video secara tradisional hanya mengikuti pendekatan linier dan pengalaman pasif, sehingga menyebabkan suasana kebosanan pada penonton. Dalam perkembangan media interaktif sekarang ini. Muncul sebuah perpaduan antara video dengan interaktif, dimana video tersebut dapat membuka diri kepada tingkat lanjutan storyboard narasi interaktif untuk menawarkan penonton sebuah pendekatan yang

lebih dinamis untuk berinteraksi. Sehingga penonton bisa memilih sendiri bagianbagian yang ingin ditontonya (Zhao, 2010: 3).

Berdasarkan permasalahan yang ada pada latar belakang ini, maka dalam tugas akhir ini dibuat Video Dokudrama Interaktif Tentang Wisata Kota Surabaya Berjudul "Nang Endi Maneh?".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang diangkat adalah:

- 1. Bagaimana membuat video *feature* panduan wisata tentang wisata kota Surabaya?
- 2. Bagaimana membuat video dengan menggunakan teknik interaktif?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka batasan masalah yang akan dibahas adalah:

- 1. Membuat video *feature* panduan wisata tentang kota Surabaya.
- 2. Menggunakan teknik interaktif.
- 3. Video ini ditargetkan untuk anak-anak remaja Surabaya yang berusia 15-25 tahun.
- 4. Masing-masing tempat wisata Surabaya yang akan diangkat hanya dibatasi pada 3 tempat perwisata.yaitu:

- a. Wisata Sejarah
 - 1) Museum Tugu Pahlawan
 - 2) Monumen Pers Perjuangan Surabaya
 - 3) Museum Rumah Wafat WR Soepratman
- b. Wisata Kuliner
 - 1) SAS Café n Resto
 - 2) Ice Cream Zangrandi
 - 3) Es Jus Purnama Ria
- c. Wisata Religi
 - 1) Klenteng Hok An Kiong
 - 2) Gereja KELSAPA
 - 3) Patung Budha 4 Wajah
- d. Wisata Kesenian & Budaya
 - 1) Museum Rudi Isabandi
 - 2) Ludruk Irama Budaya
 - 3) Museum Kesehatan Dr.Adhyatma
- e. Wisata Belanja
 - 1) Kampong Ilmu
 - 2) Gae Koen Tok
 - 3) Wunderkameur

1.4 Tujuan

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan yang dicapai pada Tugas Akhir ini adalah:

- Mengenalkan video interaktif sebagai teknik baru dalam dunia promosi melalui media audio visual.
- 2. Membantu mengenalkan wisata-wisata Kota Surabaya melalui video.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dalam pembuatan video *feature* interaktif ini adalah:

- 1. Manfaat teoritis:
 - a. Membantu mengenalkan wisata-wisata yang ada di kota Surabaya
 - b. Memperkenalkan video interaktif ke dunia perfilman.
- 2. Manfaat Praktis:
 - a. Menjadi sarana mahasiswa untuk belajar mengeksperimen teknik membuat film.
 - b. Menjadi syarat untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Video

Video adalah teknologi untuk merekam, memproses, dan menangkap gambar yang bergerak. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu (https://pti08.wordpress.com/2008/10/15/definisi-video/). Video juga bisa didefinisikan sebagai sekumpulan gambar yang ditampilkan secara bergerak frame by frame. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (1988), video adalah bagian yang memancarkan gambar pada dimensi pesawat televisi atau rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi maupun komputer.

Dalam (https://pti08.wordpress.com/2008/10/15/jenis-jenis-video/) menyebutkan bahwa video dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Video Analog:

Video analog adalah produk dari industri pertelevisian dan oleh sebab itu dijadikan sebagai standar televisi. Adapun contoh format video analog adalah sebagai berikut:

a. NTSC

Amerika serikat, Kanada, Meksiko, Jepang, dan banyak Negara lain menggunakan system penyiaran dan pemutaran video berdasarkan spesifikasi yang dibuat pada tahun 1952, National Television Standar Comitee. NTSC sendiri adalah sebuah metode untuk mengenkode informasi kedalam sinyal video terbuat dari 525 garis Horizontal yang di-scan dan digambar ke dalam wajah dalam tabung gambar berfosfor setiap 1/30 detik dengan electron yang bergerak cepat. Gambar tersebut muncul dengan cepat sehingga mata Anda menangap image yang stabil. Gerakan elektron sebenarnya membuat dua lintasan ketika ia menggambar satu frame video, pertama meletakkan semua garis berangka ganjil, kemudian semua garis berangka genap. Masing-masing lintasan ini (yang terjadi dalam kecepatan 60 perdetik, atau 60 Hz) melukis sebuah field dan dua field dikombinasikan untuk menciptakan satu frame dengan kecepatan 30 fps (frame per second) (Secara teknis, kecepatan sebenarnya adalah 29.97 Hz.) Proses pembuatan satu frame dari dua field disebut interlacing, sebuah teknik yang membantu mencegah kedipan pada layer televisi.

b. PAL

Sistem Phase Alternate Line (PAL) digunakan di Inggris, Eropa Barat, Australia, Afrika Selatan, Cina, dan Amerika Selatan. PAL meningkatkan resolusi layer menjadi 625 garis Horizontal, namun memperlamabta kecepatan scan menjadi 25 frame per detik. Sama seperti saat penggunaan NTSC, garis genap dan ganjil digabungkan, setiap field memerlukan 1/50 detik untuk menggambar (50Hz).

c. SECAM

Sistem Sequantial Color and Memory (SECAM, diambil dari bahasa Perancis, Systeme Electronic pour Couleur Avec Memoire atau Sequentiel Couleur Avec Memoire) digunakan di Perancis. Eropa timur, USSR (sekarang Rusia), dan beberapa Negara lai. Meskipun SECAM merupakan system dengan 625 garis, 50 Hz, namun berbeda jauh dari system warna NTSC dan PAL dalam hal dasar teknologi dan metode penyiaran. Terkadang TV yang dijual di Eropa memanfaatkan dual komponen dan dapat menggunakan system PAL dan SECAM.

d. ATSC

High Definition Television (HDTV) dari komisi komunikasi federal pada tahun 1980-an, pertama-tama berubah menjadi Advanced Television, kemudian berakhir menjadi Digital Television (DTV) **FCC** 1996. seperti diumumkan pada Standar, yang diubah sedikit demi sedikit dari Digital Televisons Standard (ATSC Doc. A/53) dan Digital Audio Compression Standard (ATSC Doc. A/52), mengubah televisi amerika dari standar analog ke standar digital dan menyediakan bagi stasiun televisi bandwidth cukup untuk mempresentasikan empat atau lima sinyal Standard Television (STV, menyediakan resolusi NTSC 525 garis dengan aspek rasio 3:4, namun dalam bentuk sinyal digital) atau satu sinyal HDTV (menyediakan garis 1080 garis resolusi dengan layer bioskop

dengan aspek rasio 16:9). Hal penting untuk produser multimedia, standar tersebut mengizinkan adanya transmisi data ke komputer dan untuk layanan ATV interaktif yang baru. Sampai bulan Mei 2003, 1587 stasiun TV di Amerika Serikat (94 %) telah memiliki izin atau lisensi konstruksi DTV. Diantara jumlah itu, 1081 stasiun benarbenar menyiarkan sinyal DTV, hampir semuanya men-simulcast sinyal TV mereka. Berdasarkan jadwal terbaru, semua stasiun televisi meninggalkan siaran dalam channel analog dan secara penuh akan berpindah ke sinyal digital pada tahun 2006 ini. High Definition Television (HDTV) menyediakan resolusi tinggi dengan aspek rasio 16:9. Aspek rasio ini mengizinkan melihat film dalam cinemascope dan panavision terdapat perdebatan antara industri penyiaran dan industri ompter apakah akan mengunakan teknologi interlacing atau scan progresif. Industri penyiaran telah mengumumkan secara resmi format interlaced 1920 x 1080 resolusi ultra-high sebagai batu penjuru generasi baru dari pusat hiburan terkemuka, namun industri komputer lebih senang memakai sistem scan progresif 1280 x 720 untuk HDTV. Karena format 1920 x 1080 menyediakan lebih banyak piksel dibanding standar 1280 x 720, kecepatan refreshnya juga akan berbeda. Orang-orang yang berkecimpung dibidang komputer berpendapat bahwa kualitas gambar dalam 1280×720 lebih superior dan stabil. Kedua format

telah dimasukkan dalam standar HDTV oleh Advanced Television Systems Committee (ATSC, http://www.atsc.org).

2. Video Digital:

Video digital adalah produk dari industri komputer dan oleh sebab itu dijadikan data digital. Jika kamera video menggerakkan sinyal output digital, maka kamera dapat merekam video langsung ke disk, dan siap untuk diedit. Jika sebuah video klip disimpan sebagai data pada hard disk, CD-ROM atau perangkat penyimpanan massal lain, klip tersebut dapat memainkannya kembali dimonitor tanpa perangkat keras khusus. Dunia video kini telah mengalami perubahan dari analog ke digital. Perubahan ini terjadi pada setiap tingkatan industri. Pada konsumen rumahan dan perkantoran dapat menikmati kualitas video digital yang prima lewat hadirnya teknologi VCD dan DVD (Digital Versatile Disc), sedangkan dunia broadcasting kini juga lambat laun mengalihkan teknologinya kearah DTV (Digital Television). Arsitektur Video Digital Arsitektur Video Digital tersusun atas sebuah format untuk mengenkode dan memainkan kembali file video dengan komputer dan menyertakan sebuah player yang dapat mengenali dan membuka file yang dibuat untuk format tersebut. Arsitektur video digital yang utama adalah Apple Quicktime, Microsoft Windows Media Format, dan Real Network RealMedia. Format file video yang terkait adalah QuickTime movie (.mov), Audio Video Interleaved(.AVI), Windows Media Video (.wmv), dan RealMedia (.rm).

Sedangkan menurut Handry T.M(TM, 2006) dalam bukunya menjelaskan film adalah bagian dan gaya hidup remaja perkotaan. Cara bertutur kata dalam film Indonesia tidak berbeda jauh dengan gaya hidup masyarakat kita. Sehingga film sangat efisien untuk digunakan sebagai media komunikasi masal.

Rayya Makarim (Makarim, 2003) dijelaskan bahwa film adalah salah satu sarana komunikasi massa, selain jaringan radio, televisi dan telekomunikasi. Film dapat membawa pesan-pesan komunikasi untuk disampaikankan kepada penonton, sesuai yang ingin diberikan oleh sutradara entah dalam genre drama, horor, komedi, dan *action*.

Berdasarkan kutipan-kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa film adalah salah satu media komunikasi massa yang menggabungkan unsur suara dan gambar di dalamnya. Maksud dari menggabungkan ini tidak lain untuk membuat komunikasi lebih efektif, sehingga maksud-maksud yang ingin disampaikan oleh pembawa pesan dapat ditangkap dan dimengerti dengan baik oleh penerima pesan.

2.2 Jenis-Jenis Video

Menurut Gerzon Ayawila dalam bukunya *Dokumenter dari Ide* sampai Produksi (2008: 26) membagi video dalam lima kategori, yakni:

1. Esei berita aktual

Video bentuk ini dipakai untuk laporan berita. Contohnya, liputan liputan berita pada sebuah stasiun televisi yang menayangkan sejumlah

reportase dalam durasi pendek dari berbagai peristiwa aktual. Reportase dapat berupa siaran tunda maupun siaran langsung. Reportase lebih menitik beratkan pada garis besar suatu peristiwa.

2. Magazine

Magazine merupakan video yang dapat menyuguhkan lebih dari satu topik sekaligus. Pada magazine dibagi menjadi dua yaitu magazine khusus dan magazine umum. Magazine lebih menitik beratkan pada materi yang lebih mendalam dan berkaitan dengan human interst.

3. Dokumenter televisi

Video jenis ini biasanya memiliki tema atau topik tertentu, dan disuguhkan dengan gaya bercerita menggunakan narasi (menggunakan voice over), memasukkan wawancara, juga ilustrasi musik sebagai penunjang visual. Dalam penyajiannya video ini menampilkan suatu topik secara mendalam dan luas, dan dikemas dengan sentuhan artistic contohnya: *Jelajah, Saksi Hidup, Potret*.

4. Dokumenter seri televisi

Jenis ini merupakan suguhan documenter berdurasi panjang, dibagi dalam beberapa subtema. Umumnya memliki tema seperti sejarah, ilmu pengetahuan, potret, yang terkadang dikemas menggunakan gaya bertutur perbandingan.

5. Feature

Feature tergolong reportase yang tidak menuntut aktualitas dan dikemas secara lebih mendalam dan luas disertai sedikit sentuhan human interest agar terkesan memiliki dramatika.

2.3 Feature

Menurut Apriadi dalam bukunya yang berjudul "Agenda Setting Media Massa" menjelaskan bahwa feature merupakan penulisan cerita yang kreatif, subyektif yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca. Menurut Adi Wibowo Octavianto dalam blognya mengatakan bahwa istilah sendiri berangkat dari tradisi jurnalistik cetak yang menggambarkan jenis laporan jurnalistik yang memberikan kebebasan bagi penulisnya untuk mengemas laporan dengan teknik yang lebih kreatif sehingga membuat hasil jurnalistik menjadi lebih nyaman dan tidak kaku (http://octavadi.wordpress.com). Menurut Ashadi Siregar dalam Hafid Mulyadi (http://hapidmulyadi.blogspot.com) mengatakan Feature adalah Liputan mengenai kejadian yang dapat menyentuh perasaan, ataupun yang menambah pengetahuan audience/pemirsa, melalui penjelasan rinci, lengkap serta mendalam. Tidak terikat aktulitas nilai utamanya unsur manusiawi atau informasi yang dapat menambah pengetahuan.

Mengikuti perkembangan media, *feature* yang sekarang tidak hanya terdapat dalam media cetak saja melainkan terdapat juga di siaran radio, maupun sampai program televisi. Dengan kehadiran *feature* yang

beranekaragam diseluruh media massa, khususnya televisi dalam format program televisi menjadikan alternatif pilihan pemirsa untuk menikmati hiburan yang informatif, sehat dan mencerdaskan. Menurut Hafid Mulyadi (http://hapidmulyadi.blogspot.com) *feature* televisi dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

1. Feature Tokoh Menarik (Profil/Biografi)

Video *feature* yang mengungkap riwayat hidup sosok orang terkemuka, berprestasi, memiliki keunikan ataupun karya dan gaya hidupnya. Biasanya *feature* ini menampilkan sosok terkemuka dalam kelompok, masyarakat bahkan suatu bangsa.

2. Feature Peristiwa Menarik (Human Interest and Human Touch)

Segala sesuatu yang menimbulkan daya tarik, menuntun semua orang untuk mengetahui lebih banyak serta menjadi sumber inspirasi bagi kelompok jurnalis untuk mengabadikannya. Selalu berhubungan dengan perasaan manusia, akan tetapi objek penyajiannya dapat menampilkan binatang dan tumbuh-tumbuhan. Jenis ini membuat pemirsa yang menyaksikannya memiliki perasaan yang gelisah, senang, terharu menjadi satu.

3. Feature Peninggalan Sejarah (Historis)

Feature ini bertujuan untuk membangkitkan gairah semangat juang/ kerja pemirsa tv. Segala sesuatu yang telah berlangsung beberapa tahun yang lalu menjadi suatu peristiwa sejarah yang patut dikenang. Biasanya *feature* ini dilengkapi dengan kronologi dan rekonstruksi suatu kejadian untuk membuktikan kebenaran sejarah yang telah menjadi peninggalan sejarah dalam bentuk benda-benda yang berwujud dapat dikenal siapapun juga, termasuk juga aspek-aspek manusia yang terkait langsung baik dahulu atauoun saat ini.

4. Feature Pentunjuk Praktis/ Tips

Feature yang menyajikan suatu keahlian tentang bagaimana melakukan atau mengajarkan sesuatu yang tidak diketahui oleh sebagian besar orang, biasanya diproduksi berkaitan dengan suatu peristiwa besar. Bertujuan untuk mendidik dan mengajak pemirsa menjadi wisatawan/industri rumah tangga, dengan berbagai contoh keberhasilan pengelolaannya.

5. Feature Ilmiah (Science)

Feature ini memberikan pengetahuan teknologi/ science pada pemirsa kalangan menegah atas atau pelajar/ mahasiswa yang menyukai perancangan, penemuan dan rekayasa teknologi, dalam berbagai ilmu pengetahuan untuk kemajuan peradaban manusia. Penyajian sesuatu yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan di program ini merupakan kronologi secara detail sejak awal, perangkat lunak, perangkat keras dan sumber daya manusia yang mengerjakan disusun secara logis dengan komposisi visual yang jelas (close up), terstruktur dan lengkap.

6. Feature Panduan Wisata

Feature jenis ini memiliki tujuan untuk mengajak pemirsa mengenal sebuah perjalanan wisata ke suatu tempat yang unik, bersejarah maupun tempat yang eksotik baik didalam maupun di luar negeri. Dalam program ini yang ditonjolkan adalah proses perjalanan yang dibutuhkan, hambatan menarik yang timbul, obyek-obyek wisata yang menjadi andalan layak dikunjungi serta berapa biaya yang harus disiapkan untuk mendapatkan kenikmatan yang disuguhkan.

Menurut Karl Meters dalam Hafid Mulyadi *feature* juga memiliki ciriciri seperti:

- a. Proses jalannya cerita cenderung vertikal dan mendalam.
- b. Mengungkap gambaran kualitatif (khas).
- c. Diramu dalam satu tofik kehidupan yang riil.
- d. Menggambarkan satu kehidupan dalam satu episode.
- e. Jalan ceritanya relatif dapat diramalkan.
- f. Diolah dengan sasaran untuk mengubah sikap audiens.

Hal tersebut diperkuat oleh Gerzon R Ayawila (Ayawila, 2008: 26) Feature umumnya memiliki panjang durasi sekitar 10-15 menit dan mengangkat suatu topik tertentu yang biasa dilengkapi oleh wawancara, komentar, dan narasi.

2.4 Video Interaktif

Ada banyak pendapat tentang apa yang dimaksud dengan video interaktif. Banyak yang mengatakan ini merupakan sebuah video interaktif, namun dalam kenyataannya adalah video game dengan banyak cuplikan yang difilmkan. Video interaktif sendiri merupakan sebuah video yang dapat mengembangkan cerita yang berbeda tergantung pada interaksi penonton, yang berarti bahwa penonton ikut dalam menentukan alur cerita. Dalam memvisualkan ceritanya video interaktif menggunakan video *fullmotion*, dan cara tersebut dapat dikombinasikan dengan gambar atau foto, tetapi dasarnya harus video/ rekaman film. Biasanya di akhir video biasanya penonton akan disuguhkan beberapa pilihan, dimana pilihan tersebut mempunyai alur yang berbeda-beda seperti gambar 2.1 dan 2.2.



Gambar 2.1 *Screenshot "Video Dating Interactive"* (Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Bh-RSlQDwqg)



Gambar 2.2 *Screenshot "Video Dating Interactive"* (Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Bh-RSlQDwqg)

Menurut Weixuan Zhao dalam disertasinya How Can Interactive Film Challenge Conventional Film In The Interactive Media Age (2010: 3) mengatakan bahwa: "Film / video interaktif adalah tantangan bagi daya tarik estetika film konvensional, dengan melibatkan penonton dalam hal storyboard narasi interaktif dan pengalaman perendaman sinematik interaktif multi-indera. Dengan demikian, video interaktif membawa tantangan besar bagi film konvensional di eramedia interaktif."

2.5 Video Feature Interaktif

Video *feature* interaktif merupakan penggabungan antara subgenre video dengan video interaktif. Jika video *feature* adalah sebuah video konvensional yang diatur oleh naskah, sedangkan video *feature* interaktif adalah penggabungan dari video *feature* dengan interaktif. Dalam video *feature* interaktif ini penonton dapat memilih alur ceritanya. Selain itu, penggabungan video *feature* dengan interaktif ini belum pernah diangkat menjadi sebuah video.

2.6 Langkah-Langkah Pembuatan Video Feature Interaktif

Menurut Adi Wibowo Octavianto dalam blognya mengatakan proses pembuatan video *feature* dapat digolongkan dalam tiga kategori, yaitu:

1. Scripted

Produksi berpedoman berdasarkan naskah dan storyboard yang sudah dibuat sebelumnya. Naskah tersebut mengatur semua aspek produksi dan hampir tidak ada ruang untuk berimprovisasi. Semua dialog, narasi, pergerakan kamera, properti, set dan sebagainya telah diatur secara ketat dalam naskah. Contoh: film cerita dan sinetron.

2. Semi scripted

Produksi berpedoman pada naskah dan storyboard yang dibuat berdasarkan informasi awal. Namun naskah dan storyboard lebih bersifat arahan garis besar. Produser/ Sutradara memiliki cukup banyak ruang untuk mengembangkan cerita dan teknik produksi sesuai perkembangan dilapangan. Contoh: *feature* & dokumenter, *reality show*, kuis.

3. Non Scripted

Produksi hanya berpedoman pada storyline kasar atau *wishlist*. Teknik pengambilan dan pemilihan gambar juga pengembangan cerita benarbenar benar berdasarkan temuan di lapangan. Teknik ini biasanya digunakan untuk menangkap/merekam situasi nyata sesuai apa adanya. Contoh: Liputan berita TV.

Terlepas dari itu, pembuatan video *feature* interaktif juga memiliki tahapan umum seperti:

1. Pra produksi

Ini adalah tahapan perencanaan dimana tim produksi menyusun rencana dan konsep yang akan menjadi pedoman proses produksi dan hasil akhir yang diinginkan. Intinya tahap ini meliputi aktivitas story development dan production plan. Isi dari pra produksi ini meliputi:

- a. Sinopsi
- b. Naskah (General, Shooting, Narasi)
- c. Storyboard
- d. Shoot list
- e. Budget
- f. Cast
- g. Kostum
- h. Lokasi

2. Produksi

Di tahap ini tim produksi mengumpulkan atau membuat elemen-elemen video yang dibutuhkan:

- a. Shooting
- b. Collect stock footage
- c. Create text and graphic
- d. Create animation
- e. Collect and create sound

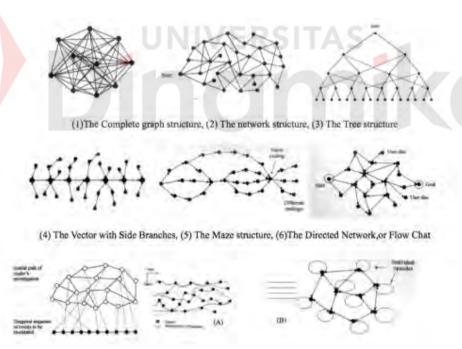


3. Pasca produksi.

ini merupakan tahapan akhir dimana elemen video siap untuk diproses menjadi video yang diinginkan. Tahapan pasca produksi meliputi:

- a. Capture/import
- b. Assemble edit (Offline edit)
- c. Composite Edit (Online edit)
- d. Editing

Sebagai Video interaktif tentunya memiliki alur atau flowcart. sehingga penonton dapat melaukukan interaksi dengan video. Menurut Weixuan Zhao alur interaktif ada Sembilan, seperti gambar:



Gambar 2.3 *Possible Interactive Narative Structure* (Sumber: Disertation Weixuan Zhao. 2010: 13)

- 1. The Complete graph structure,
- 2. The network structure,
- 3. The Tree structure.
- 4. The Vector with Side Branches,
- 5. The Maze structure.
- 6. The Directed Network, or Flow Chat,
- 7. The Hidden Story structure,
- 8. The Braided Plot.
- 9. Action Space, Epic Wandering and Story-World.

Struktur (1), (3), (4), (5) cukup sesuai dan lebih mudah untuk menanamkan ke struktur film. Dalam struktur grafik Lengkap, setiap node terhubung ke setiap node yang lain, dan pembaca memiliki kebebasan total navigasi. Dalam struktur pohon, meskipun struktur pohon memiliki keterbatasan kilas balik ke titik keputusan, jauh lebih mudah untuk mengontrol dan mendapatkan hasil yang baik dari terbentuk baik dari beberapa storyboard akhir, itulah sebabnya ini adalah struktur terpopuler dalam storyboard Film interaktif. Vector with Side Branches adalah struktur dimana sutradara dapat menerapkan atau menempatkannya dalam film dalam pendekatan tepat. Contoh sebuah film gempa bumi misalnya, sutradara film mengontrol node kunci dari film, tapi memberikan penonton kebebasan interaksi untuk memilih pergi ke mana pun atau ingin melihat situasi yang terjadi setelah gempa misal kehancuran ruang interior atau terakhir percakapan antara orang-orang sekarat. Struktur Maze cocok bagi

sutradara film yang tertarik untuk menawarkan penonton beberapa pendekatan untuk mengeksplorasi dan menemukan seluruh misteri film dengan kejutan dan rasa ingin tahu. Karena setiap peristiwa adalah potongan cerita dan hubungan urutan yang logis antara peristiwa sendiri, setiap orang memiliki versi film sendiri dan pemahaman yang berbeda terhadap film yang sama. Ada yang mungkin tidak menyatukan titik awal atau titik akhir untuk penonton, tapi proses mencoba untuk menemukan tujuan atau masukan terlihat seperti menavigasi diri dalam teka-teki yang penuh kenikmatan dan kesenangan bereksplorasi. Seperti seluruh bagian yang disebutkan, pada dasarnya memiliki empat tingkat interaktif dan beberapa struktur narasi interaktif dapat diterapkan ke dalam storyboard Film.

2.7 Crew Produksi/ Shooting

Panca Javandalasta dalam bukunya yang berjudul 5 Hari Mahir Bikin Film (2011: 8) dipaparkan lebih dalam unsur-unsur yang diperlukan sebelum produksi dimulai, antara lain:

1. Producer:

Orang yang merumuskan suatu proyek film, menyusun dan memimpin tim produksi.

2. Product Designer:

Orang yang bertugas merancang sejumlah aspek produksi film hingga detil.

3. *Scriptwritter*:

Orang yang bertugas membuat atau menyusun naskah atau cerita kedalam format tertentu sedemikian rupa sehingga mudah dipahami oleh tim produksi yang lain.

4. *Director* (Sutradara):

Orang yang bertugas menerjemahkan bahasa tulisan dari naskah ke dalam gambar visual, serta mengarahkan adegan dan dialog aktor atau aktris dan mengarahkan kru yang lain agar sesuai dengan tugas utama yang sudah ditentukan.

5. *Director of Photografy* (Penata Kamera):

Orang yang bertugas membantu sutradara dalam menerjemahkan naskah ke dalam bentuk visual dengan cara memilih angle dan gerakan kamera sehingga menghasilkan gambar yang diinginkan oleh sutradara.

6. Art Director (Penata Artistik):

Orang yang bertugas merancang menyiapkan segala properti, tempat, dan lingkungan gambar dari tiap-tiap adegan.

7. *Make-up Artist* (Penata Rias):

Orang yang bertugas merias para actor atau aktris.

8. *Wardrobe/ Costume Designer*:

Orang yang bertugas merancang pakaian yang akan digunakan oleh para actor atau aktris sehingga sesuai dengan setting cerita yang sudah ditentukan.

9. Music Arranger (Penata Musik):

Orang yang bertugas membuat musik untuk mengisi atau member efek dramatis ke dalam sebuah film.

10. Edittor:

Orang yang bertugas menyusun adegan-adegan yang sudah direkam menjadi sebuah cerita utuh sesuai naskah atau skenario dan menambah elemen seperti musik dari penata musik dan efek-efek grafis sehingga tercipta mood atau *style film* tertentu.

Dalam buku yang berjudul *Bikin Film Indie Itu Mudah* (Widagdo & Gora, 2007: 32) dijelaskan beberapa tahap dalam mengolah sebuah ide cerita menjadi sebuah skenario sebagi blue print dalam pembuatan film. Langkah pembuatan skenario, yaitu:

1. Ide pokok tema

Ide pokok adalah sebuah jawaban mengenai pertanyaan yang mendasar pada sebuah film, yakni apa yang hendak dibicarakan dalam film tersebut. Ide pokok dituliskan sebuah kalimat pernyataan.

2. Basic story

Basic story menjadi pangkal dari struktur cerita. Meskipun ringkas, basic story mengandung informasi-informasi mendasar tentang sebuah film: ternpat dan waktu peristiwa, tokoh utama dan tokoh penting lainnya yang mendukung, konflik yang menghidupkan suasana, gambaran ringkas perkembangan alur cerita, klimaks dan penyelesaian konflik.

3. Sinopsis

Sinopsis berisi ikhtisar film, alur cerita, konflik, maupun tokoh yang penting dan memengaruhi plot, termasuk informasi tempat dan waktu kejadian. Sedangkan secara umum sinopsis ditulis dalam tiga bagian alinea. Alinea pertama berisi informasi identifikasi, alinea kedua tentang konflik yang terjadi dan perkembangan alur ceritanya, sedangkan alinea terakhir mencakup klimaks dan penyelesaian konflik.

4. Treatment

Treatment merupakan sketsa dari sebuah skenario dan memiliki fungsi utama seperti membuat sketsa penataan konstruksi dramatik. Jika treatmen sudah tepat, maka perlu diperhatikan untuk tidak sekali-kali keluar dari alur treatment tersebut ketika menulisnya menjadi skenario.

5. Skenario

Sinopsis secara khusus dapat diartikan sebagai draft akhir sebuah jalinan cerita yang siap divisualisasikan menjadi sebuah film.

2.8 Kamera

Seperangkat kamera sebagai alat untuk merekam gambar dari setiap adegan adalah piranti utama dalam produksi film (Widagdo & Gora, 2007: 63). Panca Javandalasta dalam bukunya yang berjudul *5 Hari Mahir Bikin Film* (2012: 33) menjelaskan komposisi-komposisi dalam pengambilan gambar, seperti:

1. Long Shot

Komposisi *Long Shot* mencakup keseluruhan mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki, gambaran utuh manusia. Komposisi ini bertujuan untuk memperkenalkan tokoh utama secara lengkap dengan *setting* latarnya yang menggambarkan dimana dia berada. Komposisi ini biasa digunakan sebagai *opening shot*. Contoh Long Shot terdapat pada gambar 2.4.



Gambar 2.4 Contoh Long Shot (Sumber: Tutorial Camera TV)

2. Medium Shot

Medium shot merupakan komposisi yang meperlihatkan subjek orang dari tangan hingga ke atas kepala, sehingga penonton bisa meliahat jelas ekspresi dan emosi yang meliputinya. Komposisi ini memiliki tujuan untuk *shooting* wawancara. Contoh Medium Shot seperti gambar 2.5



Gambar 2.5 Contoh Medium Shot (Sumber: Tutorial Camera TV)

3. Medium Close up

Medium Close Up merupakan komposisi yang memperdalam gambar dengan lebih menonjolkan profil dari obyek yang direkam. Sehingga latar belakang menjadi nomor dua, yang menjadi prioritas dari komposisi ini adalah bahasa tubuh, dan emosi dari obyek. Contoh Medium Close Up seperti gambar 2.6



Gambar 2.6 Contoh Medium Close Up (Sumber: Tutorial Camera TV)

4. Two Shot

Two shot merupakan komposisi yang digunakan untuk mendapatkan gambar yang pas untuk dua subjek. Biasa dipakai untuk pengambilan gambar dalam wawancara. Contoh Two Shot seperti gambar 2.7



Gambar 2.7 Contoh Two Shot (Sumber: Medhy Ayunandya. 2012: 24)

5. Over Shoulder Shot

Over Shoulder Shot adalah pengambilan gambar subjek/ objek yang diambil dari punggung/ bahu seseorang. Komposisi semacam ini membantu dalam menentukan posisi setiap orang dalam frame. Komposisi OSS ini juga sering dipakai saat ada percakapan atau dialog antara dua orang. Contoh Over Shoulder Shot seperti gambar 2.8.



Gambar 2.8 Contoh Over Shoulder Shot (Sumber: Medhy Ayunandya. 2012: 25)

6. Big Close Up

Komposisi BCU merupakan komposisi yang menampilkan kedalaman pandangan mata, ekspresi pada wajah. BCU juga sering digunakan untuk wawancara karena mampu menggambarkan reaksi lawan bicara yang larut dalam pembicaraan. Selain itu BCU juga dapat digunakan untuk obyek-obyek yang berupa benda. Contoh Contoh Big Close Up seperti gambar 2.9.



Gambar 2.9 Contoh Big Close Up (Sumber: Tutorial Camera TV)

2.8.1 Pergerakan Kamera

Pergerakan kamera memiliki fungsi penting dalam proses pengambilan gambar, karena dapat menggambarkan situasi atau suasana sebuah lokasi dan mengikuti pergerakan dari obyek. Hal ini dipertegas oleh Himawan Pratista dalam bukunya yang berjudul *Memahami Film* (2008: 108) dijelaskan bahwa pergerakan kamera memiliki variasi yang tidak terhitung, tetapi itu semua dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu:

1. Pan

Pan merupakan pergerakan kamera secara horisontal dari kanan ke kiri atau sebaliknya yang digunakan untuk menggambarkan pemandangan secara luas. Teknik pergerakan kamera ini umumnya digunakan untuk mengikuti pergerakan seorang karakter.

2. Tilt

Tilt merupakan pergerakan kamera secara vertikal dari atas ke bawah atau sebaliknya dari bawah ke atas. Tilt sering digunakan untukmemperlihatkan obyek yang tinggi seperti gedung, patung raksasa atau obyek tinggi lainnya.

3. Tracking

Tracking shot atau dolly shot adalah pergerakan kamera akibat perubahan posisi kamera secara horisontal. Pergerakan ini dapat bervariasi mulai dari maju, mundur, melingkar, menyamping dan biasanya menggunakan rel atau slider.

4. Crane Shoot

Crane shot adalah pergerakan kamera akibat perubahan posisi kamera secara vertical, horisontal, atau kemana saja. Pergerakan ini umumnya menggunakan alat crane yang mampu membawa kamera bergerak turun dan naik hingga beberapa meter. Crane shot bisa menghasilkan high angle dan sering digunakan untuk pemandangan luassebuah bangunan, taman kota, dan sebagainya.

2.9 Editing

Pengertian *editing* adalah sebuah proses merakit gambar-gambar yang telah diambil dan disusun secara berkesinambungan. Hal ini dipertegas oleh Himawan Pratista pada bukunya yang berjudul *Memahami Film* (2008: 123) diuraikan bahwa *editing* adalah teknik-teknik yang digunakan untuk menghubungkan tiap gambar-gambar yang telah diambil. Jenis *editing* sendiri ada 2 macam, yaitu:

1. Linear Editing

Jenis penyuntingan Linear Editing dengan memotong-motong bahan video (klip) dan menyusunnya kembali dalam sebuah meja edit yang terdiri atas pemutar (player) video dan perekam VCR (Video Cassete Recorder). Sedangkan menurut Lienar Editing adalah Proses editing yang dilakukan langsung melalui video tape.

2. Nonlinear Editing

Teknologi Nonlinear Editing banyak diminati masyarakat awam, karena semua proses editing cukup dilakukan pada sebuah mesin komputer. Selain proses editingnya yang mudah, didukung juga dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Sistem ini dikenal juga dengan nama digital video editing.

Pada proses nonlinear editing ini dalam buku yang berjudul Membuat Film Indie Itu Gampang (Baksin & Warsidi, 2003: 52) terdapat beberapa jenis editing yaitu:

1. Continuity Editing

Pada *continuity editing* ini dimaksudkan sebagai alat untuk menghubungkan beberapa titik dari objek yang sedang melakukan aktivitas, baik berupa dialog maupun pergerakan.

2. Relational Editing

Editing jenis ini dilakukan *intercutting*, meskipun shot yang digunakan tidak mempunyai hubungan secara langsung, namun apabila hasilnya telah disatukan, agar nampak hubungan satu dengan lainnya.

3. Dynamic Editing

Penyambungan gambar yang terkesan rumit namun dapat menciptakan suasana dramatik yang mengarahkan, memberikan tekanan dan sebaliknya. Idenya mungkin tidak terdapat pada komponen shot, tetapi dapat memberikan dampak yang bisa ditafsirkan adanya suatu hubungan.

Beberapa macam jenis transisi yang umumnya digunakan dalam proses editing (Pratista, 2008: 124), meliputi:

1. *Cut*

Cut merupakan transisi dari gambar ke gambar lain secara langsung. Teknik ini merupakan teknik yang paling sering digunakan. Karena sifatnya, teknik cut bisa digunakan untuk editing kontinu ataupun diskontinu.

2. Wipe

Wipe merupakan transisi dimana frame sebuah gambar bergeser sehingga menjadi gambar yang lain. Teknik ini biasa digunakan untuk perpidahan gambar yang terputus dan waktu tidak berselisih lama (dalam beberapa menit).

3. Dissolve

Dissolve merupakan transisi gambar pada shot sebelumnya selama sesaat bertumpuk dengan shot setelahnya. Teknik ini digunakn untuk perpindahan gambar yang terputus waktu secara signifikan, seperti berganti jam, hari, dan seterusnya.

4. Fade

Fade merupakan transisi gambar secara bertahap dimana gambar secara perlahan intensitasnya bertambah gelap hingga seluruh frame berwarna hitam dan ketika muncul kembali, gambar sudah berganti gambar berikutnya. Teknik fade umumnya digunakan untuk perpindahan

gambar yang terputus waktu secara signifikan, seperti berganti hari, bulan bahkan tahun.

Dalam situs (http://www.carablogger.com > editing > info media) juga dijelaskan bahwa pada proses editing gambar tidak cukup hanya digabunggabungkan begitu saja. Banyak sekali variabel yang harus diketahui dalam proses editing, misalnya:

1. Motivasi

Pada film, gambar-gambar seperti jalanan kota, gunung, laut, awan, dan sebagainya sering kali ditampilkan sebelum gambar utama (subjek/objek). Tujuan dimunculkan gambar-gambar tersebut adalah sebagai penggiring dan penjelas dari gambar selanjutnya. Selain gambar, motivasi dapat juga dimunculkan dalam bentuk audio, misalnya: suara telepon, air, ketukan pintu, langkah kaki, dan sebagainya. Motivasi dapat juga berupa perpaduan gambar dan audio.

2. Informasi

Pengertian informasi pada editing sebenamya mengacu pada arti sebuah gambar. Gambar-gambar yang dipilih oleh seorang editor harus memberikan suatu maksud atau menginformasikan sesuatu.

3. Komposisi

Salah satu aspek penting bagi editor adalah pemahaman tentang komposisi gambar yang bagus. Bagus di sini artinya memenuhi standar yang sudah disepakati atau sesuai dengan *Camera works*.

4. Continuity

Continuity adalah suatu keadaan dimana terdapat kesinambungan antara gambar satu dengan gambar sebelunmya. Sedangkan fungsi dari continuity adalah untuk menghindari adanya jumping (adegan yang terasa meloncat), baik itu pada gambar atau audio.

5. Tittling

Semua huruf yang diperlukan untuk menambah informasi gambar. Misalnya: judul utama, nama pemeran, dan tim kreatif.

6. Sound

Sound dalam editing dibagi menurut fungsinya, sebagai berikut:

a. Original Sound

Semua audio/suara asli subjek/objek yang diambil bersama dengan pengambilan gambar/visual.

b. Atmosfer

Semua suara latar/background yang ada di sekitar subjek/objek.

c. Sound Effect

Semua suara yang dihasilkan ditambahkan ketika saat editing, bisa dari *original* sound maupun atmosfer.

d. Music Illustration

Semua jenis bunyi-bunyian/nada, baik itu secara akustik maupun elektrik yang dihasilkan untuk memberi ilustrasi/kesan kepada emosil mood penonton.

2.10 Desain Grafis

Dalam situs (http:muktionodimi.blogspot.com) menjelaskan bahwa desain grafis merupakan salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada sang desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis di atas suatu pennukaan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan.

2.11 Elemen-elemen Desain Grafis

Dalam bukunya (Rakhmat, 2010: 3) menjelaskan elemen dasar grafis terdiri dari garis, bidang, warna, gelap-terang, tekstur, dan ukuran:

1. Garis

Garis merupakan elemen visual yang dapat dipakai di mana saja dengan tujuan untuk memperjelas dan mempermudah membaca. Dalam dunia desain grafis garis memiliki beberapa wujud dan manfaat tersendiri seperti: lurus yang melambangkan kaku dan formal, zig-zag yang melambangkan keras dan dinamis, garis diagonal yang memiliki kesan aktif, dinamis, dan menarik perhatian.

2. Bidang

Bidang merupakan segala bentuk apa pun yang memiliki dimensi tinggi dan lebar. Bidang dapat berupa bentuk-bentuk geometris dan nongeometris.

3. Warna

Warna merupakan elemen yang memiliki kemampuan untuk menimbulkan suatu *mood* atau *image* untuk memperkuat isi atau pesan. Variasi emosi yang tercipta dari warna tergantung pada intensitas warna tersebut (Wulansari, 2007: 31). Berikut adalah variasi emosi yang muncul dari warna:

a. Pink atau Merah muda

Variasi emosi yang muncul adalah riang, tenang, cenderung menyenangkan, feminum dan beraura positif.

b. Merah

Variasi emosi yang muncul adalah berani, bersemangat, bergairah, intim dan akrab

c. Orange atau Jingga

Variasi emosi yang muncul adalah meningkatkan kreativitas, menghangatkan dan menimbulkan rasa nyaman.

d. Kuning

Variasi emosi yang muncul adalah optimis, ceria dan cerah.

e. Hijau

Variasi emosi yang muncul adalah menenangkan, damai, segar dan alami.

f. Biru

Variasi emosi yang muncul adalah menenangkan dan damai.

4. Gelap-terang

Perbedaan nilai gelap-terang dalam dunia desain disebut *value*. Gelapterang biasa digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi, sekaligus mencipakan citra. Penggunaan warna yang kurang kontras (*low contrast value*) dapat memberikan kesan kalem, damai, statis, dan tenang. Sedangkan, penggunaan warna yang kontras (*high contrast value*) akan memberikan kesan dinamis, enerjik, riang, dramatis, dan bergairah.

5. Tekstur

Nilai raba atau kasar-halusnya suatu permukaan benda merupakan tekstur. Tekstur sering digunakan untuk mengatur kesimbangan dan kontras.

6. Ukuran

Ukuran merupakan elemen desain yang menentukan nilai kemudahan baca. Besar kecilnya huruf untuk judul, subjudul, dan teks sebaiknya diperhitungkan dengan baik agar memberikan nilai kemudahan baca yang tinggi dan informasi dapat disampaikan dengan baik.

2.12 Wisata Kota Surabaya

Memuat kitab Jayabaya, Surabaya merupakan sebuah kota yang berada di Jawa Timur, Indonesia. Nama "Surabaya" sudah muncul sejak Majapahit awal. Nama Surabaya diyakini berasal dari kata Sura atau Suro (hiu) dan Baya atau Boyo (buaya), dua makhluk yang dalam mitos lokal

saling berjuang untuk mendapatkan gelar "yang terkuat" di daerah. Sumber bersejarah lainnya menjelaskan bahwa simbol Sura (hiu) dan Baya (buaya) sebenarnya untuk menggambarkan peristiwa heroik yang terjadi di Ujung Galuh (nama di masa lalu Surabaya), antara tentara yang dipimpin oleh raden widjaja dan tentara pasukan Tar-tar pada 31 Mei 1293. Tanggal tersebut kemudian diperingati sebagai hari jadi kota Surabaya (Mochtar, 2006: 37).

Sejak awal abad 20, kota Surabaya sudah dikenal sebagai pelabuhan tersibuk di kawasan koloni Hindia Timur Ducth (Novan, 2012). Hal tersebut menyebabkan banyak suku-suku dan etnis yang menetap di Surabaya, sehingga menyebabkan Surabaya memiliki keanekaragaman budaya. Meski begitu keaslian budaya Surabaya masih tetap hidup dan berkembang sampai saat ini. Selain dikenal sebagai kota yang memiliki keanekaragaman, Surabaya juga memiliki beberapa wisata yang bisa dikunjungi (http://www.eastjava.com).

Pengertian wisata menurut undang-undang pemerintah nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam jangka waktu sementara (http://suara desa bali.blogspot.com).

Menurut Musanef wisata merupakan kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat

sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata (http://kunaruh.blogspot.com).

Dalam web http://surabayacityguide.co.id (2013) dijelaskan bahwa Surabaya memiliki 47 obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Jumlah destinasi wisata sebanyak itu menggagalkan pendapat bahwa Surabaya tidak memiliki tempat wisata. Objek wisata yang dimiliki oleh Surabaya ini sangat kaya dan beragam. Mulai dari wisata alam, gedung bersejarah, pantai, kuliner, souvenir dan oleh-oleh, museum dan monumen, wisata artifisial, dan religi.

Lia sirait dalam web http://travel.detik.com (2013) mengatakan wisata religi di Surabaya berupa patung, bangunan atau rumah ibadah dengan kekhasannya masing-masing. Selain sebagai rumah ibadah bangunan tersebut memiliki nilai tersendiri dari perjalanan wisata religi. Ada 5 destinasi wisata religi di Surabaya, seperti:

1. Masjid Muhammad Ceng Ho Surabaya

Mesjid Ceng Ho merupakan mesjid bernuansa Tionghoa, terletak di kawasan Genteng, Surabaya. Bangunannya menyerupai kelenteng dengan ornamen bernuansa Tiongkok lama. Pintu masuknya menyerupai bentuk pagoda. Ada juga relief naga dan patung singa dari lilin dengan lafadz Allah dalam aksara Arab. Nama Ceng Ho diambil dari nama seorang Laksamana asal China yang beragama Islam. Itu diabadikan dalam relief berwarna di salah satu dinding bagian luar masjid.

2. Arca Joko Dolog

Dikenal juga sebagai Arca Budha Mahasobya, arca ini terletak di Jl Joko Dolog. Tepatnya di kawasan Taman Apsari. Patung atau arca itu dibuat untuk menghormati Kertanegara Putra Wisnu Wardhana sebagai Raja Singosari pada masa itu. Legenda lain menyebutkan, Kertanegara membangun patung untuk menghilangkan kutukan Mpu Bharadah yang dapat menggagalkan usahanya mempersatukan kerajaan-kerajaan yang terpisah-pisah pada saat itu.

3. Kelenteng Hong Tiek Hian

Rumah ibadah umat Kong Hu Cu ini sering juga disebut sebagai Kelenteng Dukuh, karena terletak di Jalan Dukuh, kawasan Pecinan Surabaya. Bangunannya seperti kelenteng pada umumnya, didominasi oleh warna merah. Kelenteng ini merupakan kelenteng tertua di Surabaya yang dibangun oleh pasukan Tartar pada zaman Khu Bilai Khan pada awal kerajaan Majapahit. Pada lantai bawah terdapat Altar Macko dan Kong Co. Pada lantai atas terdapat Altar untuk Budha, Dewi Kwan Im dan beberapa dewi-dewi lainnya.

4. Pura Agung Jagat Karana

Terletak di Surabaya Utara, tempat ibadah umat Hindu ini banyak dikunjungi wisatawan khususnya di hari-hari besar keagamaan Hindu, seperti hari raya Galungan dan Kuningan. Pura ini terdiri dari tiga bagian yakni Mandala Utama (Jeroan), Mandala Madya (Jaba Tengah) dan Mandala Nisata (Jaba Luar).

5. Gereja Katholik Santa Perawan Maria

Bangunan gereja ini merupakan salah satu cagar budaya di Kota Surabaya yang dibangun pada abad ke-18. Bangunan gereja yang sudah berusia ratusan tahun tersebut memiliki arsitektur seperti gereja-gereja di Eropa. Bahan-bahan utama bangunan seperti tembok dan bata berasal dari Eropa. Bangunan gereja ini masih seperti aslinya, hanya di bagian kaca-kaca dibuat modern dengan gambar-gambar yang mengandung arti sesuai dengan Injil.

Selain terdapat wisata religi, Surabaya juga memiliki beberapa wisata lain seperti wisata kuliner, wisata museum, dan wisata belanja. Menurut (www.budpar.go.id) wisata belanja merupakan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi wisata, yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang belanja serta kemauan untuk membelanjakannya. Wisata berikutnya yang ada di kota Surabaya adalah museum.

Selain sebagai tempat untuk mengumpulkan warisan-warisan alam dan kebudayaan. Museum juga dapat digunakan sebagai tempat wisata (http://repository.usu.ac.id). Surabaya memiliki beberapa museum yang bersifat sejarah, kesehatan dan kesenian seperti yang ditulis dalam web http://yoshiewafa.blogspot.com, antara lain:

- 1. Monumen Kapal Selam
- 2. Monumen Mayangkara
- 3. Monumen Bambu Runcing
- 4. Monumen Jales Veva Jaya Mahe

- 5. Monumen Jendral Soedirman
- 6. Monumen Bhayangkara
- 7. Museum Negeri Mpu Tantular
- 8. Museum House of Sampoerna
- 9. Museum Nahdlatul Ulama
- 10. Museum 45
- 11. Patung Karapan Sapi
- 12. Tugu Pahlawan

Sedangkan dalam web http://www.wisatamuseum.com, Surabaya juga memiliki museum seperti:

1. Museum Kesehatan

Masyarakat umum menyebut museum ini dengan "Museum Santet" karena di museum ini terdapat koleksi peralatan untuk menyantet. Museum Kesehatan ini didirikan tahun 1990-an. Namun museum ini baru diresmikan pada tanggal 14 September 2004. Museum ini dengan dilengkapi perpustakaan khusus yang mengumpulkan dan menyajikan bahan pustakaan seperti : buku, majalah kaset rekaman, rekaman video dan lain-lain.

2. Museum Rudi Isbandi

Museum seni rupa pertama di Surabaya ini memiliki koleksi seni modern dan kontemporer. Museum ini diprakarsai oleh seorang maestro seni rupa Surabaya yaitu Rudi Isbandi. Museum ini dibuka untuk umum mulai tanggal 20 Desember 2009. Museum Rudi Isbandi ini memiliki

koleksi yang telah dikumpulkan mulai tahun 1952 sampai 2009 dengan lebih dari 150 karya seni yang menjadi basis koleksi museum ini.

Menurut Sunil kumar yadav dalam blognya http://my.opera.com menyimpulkan bahwa wisata kuliner ialah perjalanan yang memanfaatkan masakan serta suasana lingkungannya sebagai objek tujuan wisata. Surabaya memiliki beberapa tempat kuliner yang sudah berumur diatas 20 tahun. Selain itu Surabaya memiliki kuliner khas seperti Lontong Balap, Rujak Cingur, Bebek goreng, Rawon, Tahu Tek, dan lain sebagainya. Untuk wisata belanja sendiri, Surabaya dalam web http://www.wisatamuseum.com dijelaskan Surabaya memiliki tempat-tenpat belanja seperti:

1. Mall:

- a. Tunjungan Plaza
- b. Atom Mall
- c. Surabaya Town Square
- d. Grand City Mall
- e. Mal Galaxy
- f. Surabaya Plaza (Delta Plaza)
- g. Pakuwon Trade Center
- h. Supermal Pakuwon Indah
- i. Royal Plaza
- j. Golden City Mall
- k. Plaza Marina
- 1. Jembatan Merah Plaza

- m. City of Tomorrow
- n. Empire Palace
- o. WTC, Darmo Trade Center
- p. Pusat Grosir Surabaya
- q. Lenmarc Mall, Central Point
- r. East Coast Center
- s. Kapas Krampung Plaza
- t. JS Plaza
- u. BG Junction
- v. Hi Tech Mall
- w. Tunjungan Electronic Center
- x. Maspion Square
- y. ITC Surabaya
- z. Dupak Grosir
- aa. Ciputra World

2. Modern:

- a. Carrefour Golden City
- b. Carrefour BG Junction
- c. Carrefour Center Point
- d. Carrefour Rungkut
- e. Carrefour Ahmad Yani
- f. Makro Tandes
- g. Lottemart Waru



- h. Giant Maspion Square
- i. Giant Mayjend Sungkono
- j. Giant Mulyosari
- k. Giant Wiyung
- 1. Hi-Tech Mall (pusat komputer)
- m. Tunjungan Electronic Center
- n. World Trade Center (pusat ponsel)
- o. Jembatan Merah Plaza (JMP) dan Pusat Grosir Surabaya (PGS)
- 3. Tradisional:
 - a. Pasar Atom
 - b. Pasar Turi
 - c. Pasar Wonokromo
 - d. Pasar Tambah Rejo Baru
 - e. Pasar Genteng
 - f. Pasar Kapasan
 - g. Pasar Pucang
 - h. Pasar Blauran

Sedangkan tempat yang dipilih sebagai tempat pengambilan video di

Tugas Akhir ini adalah:

Tabel 2.1 Tempat Pengambilan Gambar.

No. LOKASI DAN ALAMAT

1. Museum Tugu Pahlawan Jl. Pahlawan Surabaya

Keunikan:

Merupakan museum yang menjadi salah satu ikon Kota Surabaya, serta menyimpan rekaman pidato Bung Tomo

KETERANGAN FOTO



2. Museum Kesehatan dr.Adhyatma,
MPH

Jl. Indrapura 17
Surabaya

Keunikan:

Menyimpan koleksi-koleksi dari dunia kesehatan baik dari sisi medis maupun non-medis.



3.

Museum Perjuangan Pers Surabaya
Jl. Tunjungan
Surabaya

Keunikan:

Merupakan cagar budaya yang menyimpan peralatan media pers yang digunakan pada zaman Jepang.



4.

Museum Lukisan Rudi Isbandi Jl. Karang Wismo I No 10 Surabaya

Keunikan:

Menjadi satu-satunya museum lukisan yang ada di Surabaya bahkan yang pertama di Jawa Timur.





5.

Gereja Kelahiran Santa Perawan Maria Jl. Kepanjen 4-6 Surabaya

Keunikan:

Gereja Katolik pertama di Surabaya, dan seluruh bahan bangunan (bata) didatangkan langsung dari Eropa.



6.

Klenteng Hok An Kiong Jl. Coklat 2 Surabaya

Keunikan:

Merupakan Klenteng orang Tionghoa pertama di Kota Surabaya.





7.

Es Jus Purnama Jl. Pajajaran 15 Surabaya

Keunikan:

Merupakan tempat es jus yang tertua di Kota Surabaya.





8.

SAS Café n Resto
Jl. Baskara Sawah 30
Surabaya
Keunikan:
Merupakan café dengan nuansa
pedesaan di Kota Surabaya.

9.

Ice Cream Zangrandi Jl. Yos Sudarso 15 Surabaya

Keunikan: Merupakan tempat makan es krim yang tertua di Kota Surabaya.



10.

Museum WR Soepratman Jl. Mangga Surabaya

Keunikan:

Merupakan museum sang pencipta lagu kebangsaan Indonesia Raya



11.

Gae Koen Tok Jl. Klampis Jaya E-71 Surabaya

Keunikan:

Merupakan tempat belanja souvenir khas dari Kota Surabaya.



12.

Kampoeng Ilmu Jl. Semarang Surabaya

Keunikan: Merupakan tempat untuk membeli buku-buku bekas di Kota Surabaya.



13.

Wunder Kammeur Jl. Pajajaran 15 Surabaya

Keunikan: Merupakan salah satu tempat membeli baju bekas di Kota Surabaya.



14.

Ludruk Jl. Kuuma Bangsa 116 Surabaya

Keunikan: Merupakan tempat perkumpulan seni khususnya seni Jawa Timur.



15. Patung Budha 4 Sisi Jl. Kenjeran Surabaya

> Keunikan: Merupakan patung Budha yang terbesar dan dilapisi emas yang di import dari Thailand.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN KARYA

Dalam bab III ini dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam pembuatan video *feature* interaktif tentang wisata kota Surabaya yang berjudul "Nang Endi Maneh?". Proses pembuatan video *feature* interaktif tentang wisata kota Surabaya yang berjudul "Nang Endi Maneh?" ini terbagi dalam pengambilan dan pengolahan data serta proses perancangan karya, maka berikut ini merupakan uraian penelitian dari metode yang digunakan.

3.1 Metodologi

Menurut M. Nasir dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian* (1988: 64), cara yang digunakan untuk memahami sebuah objek sebagai bahan ilmu yang bersangkutan disebut metode. Sedangkan penelitian merupakan percobaan untuk menemukan sesuatu yang baru. Jadi, metodologi penelitian dapat diartikan sebagai cara yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan didasari oleh orang atau perilaku yang diamati. Penelitian deskriptif berarti penelitian yang digunakan untuk menjelaskan fenomena atau karakteristik individual, situasi, atau kelompok tertentu

secara akurat. Dimana dalam penelitian ini lebih spesifik dengan memusatkan perhatian pada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukan hubungan antar variabel. Metode deskriptif dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan. Cara ini digunakan untuk melihat objek yang akan diteliti tanpa memberikan perlakuan pada objek sehingga tidak merubah objek tersebut.

Dalam hal ini objek yang akan diteliti adalah wisata kota Surabaya. Hal tersebut dilakukan untuk mencari informasi mengenai wisata-wisata apa saja yang ada dimiliki Surabaya serta menginformasikan wisata kota Surabaya ke masyarakat umum.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Pada dasarnya, wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Dalam Tugas Akhir ini wawancara dilakukan pada:

Tabel 3.1 Data Informan

No	Nama	Profesi	Keterangan
1	Sutikno, S.Kom	Dosen Interaktif	Ruang Dosen
2	Haekal Ridho Afandi S.ST	AsDos Videografi	Ruang Videografi
3	Yusmita Akhirul Latif, M.Sn	Dosen Videografi	Ruang Dosen

Hasil wawancara dengan Bapak Sutikno selaku dosen matakuliah interaktif di STIKOM Surabaya tanggal 2 Februari 2015 dijelaskan bahwa:

"Interaktif adalah media yang terdapat adanya interaksi antara media dengan audiens, baik itu menentukan alur dan selama pilihan yang dipilih bisa menjawab keinginan audiens maka itu sudah bisa disebut interaktif."

Hasil wawancara dengan Bapak Haekal Ridho Afandi selaku asisten dosen videografi di STIKOM Surabaya tanggal 2 Februari 2015 dijelaskan bahwa:

"Menurut saya video interaktif merupakan sebuah tayangan dimana penonton dibuat untuk ikut menentukan alur cerita seperti dalam film the last call dimana penonton akan diminta bantuannya untuk membimbing pemeran utama keluar dari ancaman pembunuh sadis."

Hasil wawancara dengan Ibu Yusmita selaku dosen videografi di STIKOM Surabaya tanggal 3 Juli 2014 dijelaskan bahwa:

"Feature merupakan salah satu genre dari video, dimana di dalam feature terdapat genre yang salah satunya membahas tentang wisata. Dimana feature

dikemas dengan fakta seperti dokumenter tetapi bahasannya tidak sedalam film dokumenter."

Jadi inti dari wawancara dapat ditarik kesimpulan kalau video *feature* hampir sama dengan dokumenter, tetapi pembahasan *feature* lebih ringan. Dalam genre *feature* juga terdapat satu sub genre yang bertujuan untuk mengenalkan sebuah wisata, dan teknik interaktif dapat digabungkan dengan video untuk membuat sebuah lebih dinamis.

2. Studi Literatur

Pencarian data dilakukan melalui sumber-sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian ini. Diantaranya, studi literatur untuk mendapatkan kerangka teoritis dan memperkaya penelitian melalui jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian, berbagai media cetak, dan mengunjungi situssitus web di internet yang mendukung penelitian.

Berikut merupakan beberapa buku yang digunakan dalam proses Tugas Akhir vaitu:

Sumber buku:

- a. Dokumenter: Dari Ide sampai Produksi (2008) oleh G.R. Ayawaila yang berisi tentang deskripsi mengenai dokumenter dan cara pembuatannya.
- b. How Can Interactive Film Challenge Conventional Film In The Interactive Media Age (2010) oleh Weixuan Zhao yang berisi tentang film interaktif serta flowchart yang biasa digunakan dalam pembuatan film interaktif.

c. *Daftar Objek Wisata Di Surabaya* (2013) dalam blog Yoshiewafa.blogspot.com (2008) berisi tempat-tempat wisata yang ada di Surabaya.

Setelah melakukan studi literatur, maka hasil yang diperoleh dari disertasi *How* can interactive film challenge conventional film in the interactive media age oleh Weixuan Zhao adalah teknik film interaktif memungkinkan penonton untuk menentukan alur cerita serta mengembangkan cerita sesuai keinginannya.

3. Studi Eksisting

Studi eksisting digunakan untuk referensi dan melengkapi sumber data dalam karya tugas akhir ini. Sedangkan eksisting yang akan dipakai adalah video travel series yang produksi oleh valadoo berjudul "Jalan-Jalan Men Episode Surabaya dan Madura"

a. Jalan-Jalan Men Episode Surabaya Dan Madura



Gambar 3.1 Jalan-Jalan Men Episode Surabaya dan Madura (Sumber: www.malesbanget.com)

Jalan-Jalan Men merupakan sebuah video travel series pertama yang diproduksi oleh malesbanget.com dan valadoo.com pada tahun 2011. Jalan-jalan Men sendiri sudah memiliki beberapa episode salah satunya episode Surabaya dan Madura yang dirilis pada tanggal 5 September 2013.

Dalam episode kali ini, Jebraw sedang dalam misi mencari tahu kenapa Surabaya diberi julukan sebagai kota Pahlawan. Selain itu, Jebraw menemukan alien yang menculik Naya. Sehingga memacu Jebraw untuk berpetualang ke Madura. Di Madura Jebraw belajar untuk meningkatkan kekuatannya menjadi super *traveler* demi menyelamatkan Naya dari Alien. Dalam perjalanan ini Jebraw mengunjungi beberapa tempat wisata seperti wisata realigi, wisata kuliner dan wisata sejarah yang ada di Surabaya. *Screen shot* Jalan-Jalan Men Episode Surabaya dan Madura dapat dilihat di gambar 3.2.

Jalan-Jalan Men memiliki keunggulan dan ciri khas seperti pembawaan yang sangat santai, kasual dan kadang-kadang *absurd* sekaligus lucu. Selain itu, warna yang cerah dan angle-angle yang menarik menjadi sebuah keunggulan tersendiri bagi Jalan-Jalan Men. Namun, Jalan-Jalan Men memiliki kekurangan seperti Jalan-Jalan Men hanya bisa disaksikan melalui media internet.

File Name: Jelajah Mimpi Episode 3- Jelajah Surabaya_mp4 File Size: 284 MB (297,962,189 bytes) Resolution: 1280x720 Duration: 00:30:00 Citilink 00:05:41 Citilink 00:05:21 Citilink 00:06:23 Citilink 00:06:24 Citilink 00:06:25 Citilink 00:012:10 Citilink 00:012:10 Citilink 00:012:10 Citilink 00:012:10 Citilink 00:012:24 Citilink 00:012:25 Citilink 00:012:25 Citilink 00:12:25 Citilink 00:13:47 Citilink 00:13:43 Citilink 00:13:47 Citilink 00:13:43 Citilink 00:13:47 Cit

b. Jelajah Mimpi Episode 3 Jelajah Surabaya

Gambar 3.2 Jelajah Mimpi Episode 3 Jelajah Surabaya (Sumber: www.citilink.co.id)

Jelajah Mimpi merupakan sebuah video *traveler* dari Citilink sebagai media promosi melalui media televisi. Citilink Jelajah Mimpi merupakan sebuah program tayangan televisi mengenai informasi petualangan jalan-jalan dari kota ke kota di seluruh Indonesia bersama Citilink, dengan dipandu oleh empat host wanita seperti: Franda, Agni Prastistha, Rianti Cartwright, dan Tya Ariestya

Jelajah Mimpi juga memiliki beberapa episode salah satunya Surabaya yang ditayangkan pada tanggal 20 Mei 2013. Dengan dipimpin oleh host Franda dan Agni Prastistha, jelajah mimpi menelusuri beberapa tempat menarik di Surabaya. Wisata yang diangkat dalam episode tersebut seperti wisata kota tua, wisata alam di hutan mangrove dan wisata kesenian ludruk. *Screen shot*

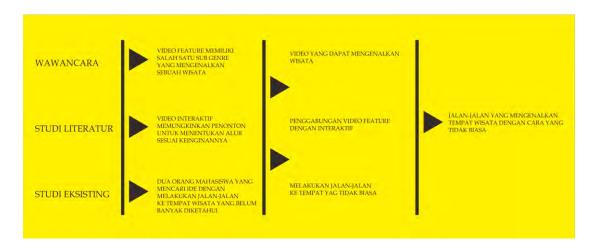
Jelajah Mimpi Episode 3 Jelajah Surabaya dapat dilihat di gambar 3.3 Pengambilan gambar yang menarik serta editing warna yang cenderung pucat sehingga terkesan elegan menjadi nilai lebih dari video *traveler* tersebut. Sedangkan kekurangan yang ada di Jelajah Mimpi adalah karena ditayangkan pada televisi maka Jelajah Mimpi harus mengikuti aturan televisi seperti terbagi menjadi 3 segmen. Hal tersebut mengakibatkan wisata-wisata yang diangkat hanya sedikit.

Setelah melakukan studi eksisting, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari video travel series Jelajah Mimpi dan Jalan-Jalan Men adalah perjalanan dua orang ke tempat wisata yang belum banyak diketahui, selalu menyelipkan unsur drama dalam setiap episodenya, sehingga lebih menarik. Setelah semua data sudah lengkap, barulah kemudian perancangan karya tercipta.

3.3 Teknik Analisa Data

Proses analisa data dimulai dari mencari data-data melalui observasi, wawancara, dan kepustakaan. Setelah itu, data-data tersebut dianalisa dengan mencari kesamaan kemudian menarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan yang didapat nantinya akan digunakan dalam perancangan karya.

Dari analisa data di atas, didapatkan beberapa kesimpulan. Kesimpulan-kesimpulan tersebut dapat dijadikan bahan untuk menyusun keyword. Keyword ini akan digunakan sebagai pedoman dalam pembuatan Tugas Akhir ini.



Gambar 3.3 Penarikan kesimpulan (Sumber: Hasil Olah Penulis)

3.3.1 Segmentation, Targeting, Positioning

Demografi : Perkotaan

Usia : 15 - 25 tahun

Status Ekonomi: Bawah, Menengah, Menengah ke atas

Pekerjaan : Umum

Positioning : Video *feature* interaktif ini ditujukan pada anak remaja

Surabaya sebagai alat untuk mengenal pariwisata di Surabaya.

3.4 Perancangan Karya

Perancangan Karya ini akan menjelaskan mengenai tahapan pengerjaan Tugas Akhir mulai dari Pra Produksi, Produksi, hingga Pasca Produksi.

Proses pengerjaaan Tugas Akhir diawali dari pengambilan data. Pengambilan data disesuaikan dengan metodologi penelitian yang digunakan. Karena dalam Tugas

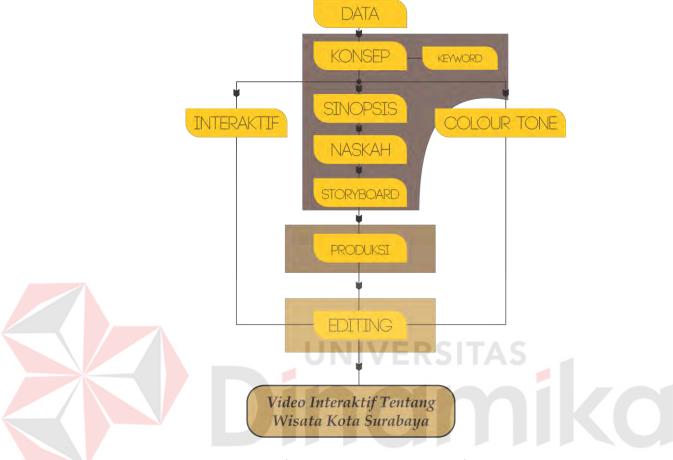
Akhir ini menggunakan metodologi kualitatif, maka pengambilan data menggunakan kepustakaan, wawancara, observasi, dan studi eksisting.

Setelah data didapat, maka dapat dilanjutkan ke tahap pencarian konsep dengan menggunakan keyword. Keyword dapat dicari menggunakan data yang telah diolah atau dianalisa ataupun melalui judul yang diangkat dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Konsep sudah didapatkan maka dapat dilanjutkan membuat sinopsis untuk jalannya cerita Tugas Akhir Pembuatan Video *Feature* Interaktif Tentang Wisata Kota Surabaya. Sinopsis ini digunakan untuk mengetahui jalan cerita yang akan ditampilkan.

Setelah pengerjaan sinopsis, dibuatlah *storyboard*. Dimana fungsi dari *storyboard* yaitu sebagai acuan *shot-shot* dan *angel* yang akan dipakai. Dan untuk mengurangi kesalahan urutan dalam pengambilan gambar.

Setelah proses praproduksi maka dilanjutkan ke proses produksi. Proses produksi dimulai dengan pengambilan gambar *live shot*. Setelah semua proses pengambilan gambar selesai, maka masuk ke dalam tahap editing. Editing disini dibagi tiga tahapan. Yang pertama adalah menggabungkan setiap shot yang telah diambil. Proses yang kedua adalah menambahkan *sound* dan memberikan *tone* warna agar mendukung suasana dari video. Gambar 3.4 berikut adalah bagan Perancangan Karya:



Gambar 3.4 Bagan perancangan karya Sumber: Hasil olah penulis

3.4.1 Pra Produksi

1. Ide

Ide dalam pembuatan Tugas Akhir ini pertama kali muncul saat menonton video yang berjudul "*Jalan-Jalan Men*", dimana "*Jalan-Jalan Men*" sendiri merupakan sebuah sarana untuk mengenalkan wisata melalui sebuah tayangan video. Selain itu ide dalam Tugas Akhir ini juga muncul dari minimnya wisatawan yang belum tahu wisata-wiata yang ada di Surabaya padahal Kota Surabaya memiliki wisata-

wisata yang banyak dan layak dikunjungi. Oleh karena itu, penulis berkeinginan untuk membuat sebuah video untuk mengenalkan wisata kota Surabaya kepada masyarakat.

2. Konsep

Agar video ini berbeda dari video yang pernah ada maka, video ini akan digabungkan dengan teknik interaktif. Dimana penotonton bisa dengan bebas memilih alur yang mereka inginkan.

3. Sinopsis

Seorang mahasiswa sedang menyiapkan beberapa judul Tugas Akhir dan semua judul yang di ajukannya ditolak oleh dosen sehingga membuat dia menjadi penat. Dalam kepenatannya tersebut ia memutuskan untuk menyegarkan pikirannya dan bertemu dengan teman karibnya. Sehingga mereka memutuskan untuk berkeliling dan mengunjungi wisata-wisata yang ada di Kota Surabaya, dan sampai akhirnya ia menumukan ide untuk membuat Tugas Akhir.

4. Karakter

Berikut merupakan karakter dan penjelasan mengenai karakter tersebut:

a. Trio

Trio merupakan mahasiswa akhir yang sedang mengalami kejenuhan dan kebuntuan dalam proses pengerjaan tugas akhirnya, sehingga ia membutuhkan refreshing untuk menemukan ide dalam mengerjakan tugas akhirnya. Selain itu trio memiliki karakter ceplas-ceplos dan humoris.

b. Yohana (Emak)

Yohana merupakan seorang yang apa adanya, dan cenderung ceplas-ceplos dan memiliki banyak pengetahuan. Selain itu, Yoahana juga memiliki karakter humoris dan ceria.

5. Skenario

Atmowiloto dalam Haekal (2013: 52) menjelaskan skenario adalah rincian naskah tulis untuk sandiwara, film, atau sinetron dari semua adegan. Lewat skenario pemain dapat mengetahui jalan cerita dan peranan mereka dalam pengambilan gambar seperti tabel 3.2.

Tabel 3.2 Skenario "Nang Endi Maneh?"

Time code	Video	Audio
00:00:04 - 00:00:10	Bumper in dan Nama tempat	Gitar ukulele
00:00:30 - 00:00:45	Yohana baca-baca	Gitar ukulele
00:01:00 - 00:01:13	Trio datang	Gitar ukulele
00:01:35 - 00:01:50	Trio masuk dan bertemu Yohana	
00:01:52 - 00:02:30	Percakapan antara Trio	Lapo nesu ngunu iku?

dengan Yohana	// aku bête soale proposal
	ku ditolak terus// wes
	melu aku ae mlaku-
	mlaku bee awakmu nemu
	inspirasi gawe judul TA
	mu.//
	dengan Yohana



6. Storyboard

Storyboard merupakan gambar yang berisi sudut pengambilan gambar yang dijadikan acuan saat melakukan proses pengambilan gambar. Storyboard dalam Tugas Akhir ini seperti gambar 3.5, sedangkan Storyboard lengkap ada dalam halaman lampiran.



Gambar 3.5 Storyboard "Nang Endi Maneh?" (Sumber: Olahan Peneliti)

7. Publikasi

1. Pin

a. Konsep

Pada media publikasi pin dikonsep dengan menggunakan font sesuai judul. Dengan penambahan tagline video *feature* interaktif tentang wisata Kota Surabaya dan ditambah simbol garis dan bidang segienam. seperti gambar 3.6.

b. Sketsa



Gambar 3.6 Sketsa pin "Nang Endi Maneh?" (Sumber: Olahan Peneliti)

2. Notes

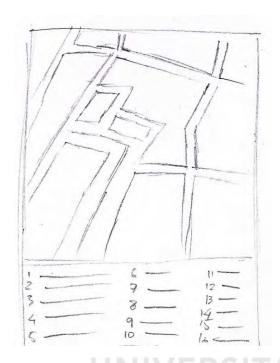
a. Konsep

Pada media publikasi notes dikonsep dengan menggunakan font sesuai judul. Dengan penambahan tagline video *feature* interaktif tentang wisata Kota Surabaya dan ditambah simbol garis dan bidang segienam. Selain itu, pada cover belakang ditambahkan peta tentang wisata yang diangkat ke dalam video. Hal tersebut dilakukan untuk mengenalkan wisata ke masyarakat Surabaya seperti pada gambar 3.7 dan 3.8.

b. Sketsa



Gambar 3.7 Sketsa notes cover depan (Sumber: Olahan Peneliti)



Gambar 3.8 Sketsa notes cover belakang (Sumber: Olahan Peneliti)



a. Konsep

Pada media publikasi poster ini dikonsep dengan menggunakan foto medium close up dari para talent dengan ditambah judul video di tengahtenganya sebagai point of interest seperti pada gambar 3.9.

b. Sketsa



Gambar 3.9 Poster video "Nang Endi Maneh?" (Sumber: Olahan Peneliti)

BAB IV

IMPLEMENTASI KARYA

Dalam bab ini dijelaskan lebih rinci mengenai proses produksi dan pasca produksi sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya. Untuk lebih jelasnya maka akan diuraikan tentang proses produksi dan pasca produksi dalam video *feature* interaktif tentang wisata kota Surabaya dengan judul "Nang Endi Maneh?", sebagai berikut:

PRODUKSI SETTING TOKOH LOKASI PASCA PRODUKSI EDITING COLORING

Produksi

Gambar 4.1 Alur Perancangan Sumber: Hasil olah penulis

HASIL

VOICE OVER

TEKNIK INTERAKTIF Gambar di atas merupakan alur perancangan untuk produksi dalam menyelesaikan video ini. Di bagian produksi terdiri dari pemilihan tokoh dan setting lokasi. Tokoh dan lokasi pengambilan gambar akan dipilih berdasarkan analisa data serta hasil keyword pada bab III.

4.1.1 Setting Tokoh dan Lokasi

Pemilihan tokoh serta lokasi didasari oleh data yang sudah ada. Berikut ini adalah detail pembahasan tentang tokoh dan lokasi:

1. Tokoh

Untuk mencari talent yang pas untuk memerankan karakter/ tokoh pada video *feature*, dilakukan casting. Berikut ini merupakan pemeran dalam video *feature* ini.

NO	токон	GAMBAR
1	Yohana yang sering dipanggil "emak " merupakan sahabat dari trio. Yohana merupakan mahasiswi yang enerjik, ceria dan gemar membaca sehingga dia mempunyai banyak pengetahuan.	Gambar 4.2 Pemeran
		Yohana (Emak)

Trio adalah mahasiswa tingkat akhir di sebuah kampus di surabaya, yang sedang menempuh Tugas Akhir. Dalam pengerjaannya dia menemui jalan buntu.



Gambar 4.3

Pemeran Trio

2. Lokasi

Untuk setting lokasi dalam video ini, diambil 3 sample per tempat wisata.

Ada pun detail lokasi yang diambil sebagai berikut:

AGAMA	SEJARAH
- PATUNG BUDHA 4 WAJAH - KLENTENG HOK AN KIONG - GEREJA KELSAPA	- MUSEUM TUGU PAHLAWAN - MUSEUM WR SOEPRATMAN - MONUMEN PERS
KULINER	KESENIAN & BUDAYA
- ES JUS PURNAMA RIA - ICE CREAM ZANGRANDI - SAS CAFÉ N RESTO	- LUDRUK IRAMA BUDAYA - MUSEUM KESEHATAN - MUSEUM RUDI ISBANDI
BELANJA	
- KAMPONG ILMU - GAE KOEN TOK - WUNDERKAMEUR	

3. Ketika semua sudah siap, maka yang dilakukan adalah membuat *treatment*. *treatment* adalah uraian tiap adegan dalam skenario menjadi daftar berisi sejumlah informasi tentang seegala hal yang dibutuhkan untuk keperluan

syuting (Effendi, 2009: 17). Hal ini dibuat agar tidak terjadi pembengkakan dana dan waktu yang terbuang percuma.

Ketika *treatment* telah selesai disusun, maka jadwal syuting dapat disusun berdasarkan pengelompokan sejumlah informasi yang diperoleh dari *treatment*. Informasi yang dimaksud adalah setting lokasi, waktu, kostum dan talent. Hal ini dilakukan karena memudahkan pengaturan jadwal dalam shoting.

4.1.2 Pengambilan Gambar

Setelah setting tokoh, lokasi dan penyusunan treatment, maka tahap berikutnya adalah pengambilan gambar.



Gambar 4.4 Proses pengambilan gambar Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

Berikut merupakan resume pengambilan gambar. Lama pengerjaan mengalami kemunduran dari *script break down* dikarenakan cuaca di Surabaya

kadang berubah-ubah, selain itu syuting hanya bisa dilakukan di kondisi siangsore hari.

- Hari pertama: Pengambilan gambar Trio menuju sebuah perpustakaan umum, dimana dia bertemu dengan Yohana dan menceritakan masalahnya.
- Hari kedua: Pengambilan gambar pada hari berikutnya dilakukan di Museum Rudi Isbandi. Karena masalah teknis, pengambilan gambar untuk Museum Rudi Isbandi harus dilakukan dua kali.
- Hari ketiga: Pengambilan gambar pada yang selanjutnya adalah Museum Kesehatan Dr. Adhyatma. Dalam pengambilan gambar ditempat ini harus di ulang dua kali karena masalah cuaca.
- 4. Hari keempat: Lokasi keempat adalah sebuah kedai jus purnama, di lokasi ini tidak ditemui hambatan.
- 5. Hari kelima: lokasi kelima adalah *ice cream* zangrandi, di lokasi ini pengambilan gambar hanya boleh dilakukan dari jam 10.00-12.00.
- 6. Hari keenam: Pada hari itu dilakukan di Gereja Katolik di jalan kepanjen.
- 7. Hari ketujuh: Pengambilan gambar berikutnya dilakukan di Klenteng jalan coklat, disini penjaga tidak mau direkam wajahnya.
- Hari kedelapan: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di Patung Budha 4 Wajah, disini juga tidak ada narasumber yang mau untuk diambil gambarnya.
- Hari kesembilan: Pada proses kesembilan pengambilan gambar dilakukan di Monumen Pers Perjuangan Surabaya. Ketika pengambilan gambar di tempat

- tersebut selalu saja tidak ada yang menjaga monumen tersebut. Jadi, pengambilan gambar hanya dilakukan di bagian luar monumen.
- Hari kesepuluh: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di Museum Tugu Pahlawan.
- 11. Hari kesebelas: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di outlet gae kon tok, sebuah toko yang menjual souvenir khas Surabaya.
- Hari keduabelas: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di Wunderkameur.
- 13. Hari ketiga belas: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di café SAS.
- 14. Hari keempat belas: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di Kampung Ilmu.
- 15. Hari kelima belas: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di Museum WR Soepratman.
- Hari keenam belas: Pada hari itu pengambilan gambar dilakukan di Ludruk Irama Budaya.
- 17. Hari ketujuh belas: *take* V.O di kampus.

Hasil video dari kamera DSLR dipindah ke perangkat komputer untuk diolah sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah video utuh yang layak disaksikan.

Dalam pembuatan video "Nang Endi Maneh?" ini menggunakan berbagai macam peralatan sinematrografi sederhana yaitu :

- 1. Camera DSLR bertipe Canon 550D dengan kemampuan merekam video
- 2. Lensa 18-105mm dan fix 50mm

- 3. Slider dan mini jib
- 4. Tripod
- 5. Komputer editing
- 6. Memori kamera

Beberapa variasi shot yang digunakan dan diterapkan dalam film pendek ini diantaranya adalah *Long Shot, Medium Shot, Medium Close Up, Close Up, Extreme Close Up.* Untuk pergerakan kamera menggunakan *Panning, Tilting dan Zooming.* Sedangkan untuk sudut pengambilan gambar yang digunakan *Eye Level.*

4.2 Proses Pasca produksi

Pada tahapan pasca produksi ini dilakukan proses editing dengan beberapa langkah-langkah, seperti:

1. Proses penyeleksian video

Proses awal dimana menyeleksi beberapa stok gambar yang telah diambil. Ketentuan dalam memilih gambar terletak pada kelayakan gambar secara visual dan audio.

2. Proses Penataan stok gambar

Proses ini dilakukan dengan bantuan *software* editing video. Setelah melalui tahap penyeleksian, proses selanjutnya adalah penataan gambar-gambar sampai menjadi sebuah kesatuan sesuai dengan skenario.



Gambar 4.5 Proses penataan *stock shoot* Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

3. Proses Colour Grading

Dalam proses ini adalah proses merubah atau memodifikasi warna terhadap gambar sehingga menimbulkan kesan tersendiri.



Gambar 4.6 Proses *Colour Grading* Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

4. Sound Editing

Dalam proses ini penambahan backsound dilakukan untuk menambah atmosfer serta mendukung tatanan visual.



Gambar 4.7 proses *sound editing* Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

Proses sound editing pada video ini menggunakan musik-musik *free lisence* yang didapat dari berbagai situs musik di internet. Pada dasarnya sound dalam video ini terbagi menjadi 2 chanel dimana chanel pertama berisikan suara asli yang dihasilkan dari kamera saat pengambilan gambar dan chanel kedua adalah suara tambahan yang dimasukkan saat proses editting.

5. Rendering

Proses *rendering* adalah proses terakhir dari pasca produksi dimana semua proses editing *stock shoot* disatukan menjadi sebuah format media. Dalam proses *rendering* memiliki pengaturan tersendiri sesuai hasil yang diinginkan. Sedangkan untuk video *feature* interaktif dengan judul "Nang Endi Maneh?" menggunakan format media MP4.

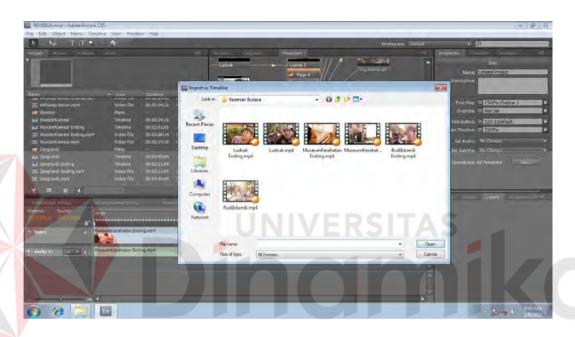


Gambar 4.8 Proses *rendering* Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

6. Import

Setelah proses *rendering* selesai, maka langkah berikutnya adalah menyatukan video-video tersebut sehingga sisi interaktifnya dapat terlihat.

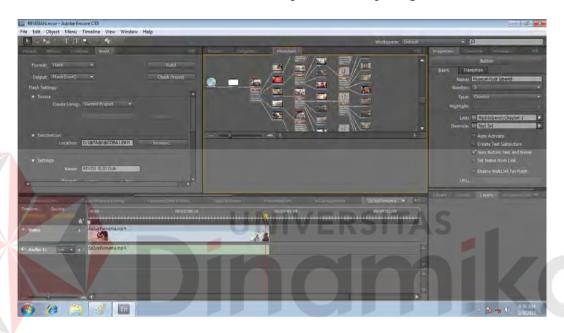
Langkah yang pertama yang harus dilakukan adalah mengimport semua video ke sebuah software.



Gambar 4.9 Proses *import* Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

7. Flowcart

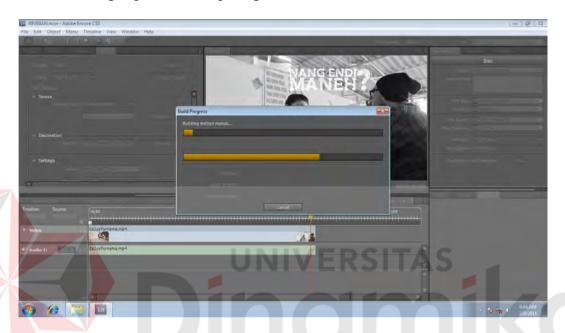
Setelah memasukkan video, maka langkah berikutnya dalam membuat video interaktif adalah menyusun video tersebut dengan menggunakan alur flowcart. Dalam Tugas Akhir ini flowcart yang digunakan adalah *Tree Structure*. Susunan *Tree Structure* dapat kita lihat pada gambar 4.12.



Gambar 4.10 Proses penyusunan video dengan *Tree Structure* Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

8. Rendering

Setelah semua video sudah ditata dengan alur flowcart, maka langkah yang terakhir adalah merendernya menjadi sebuah video interaktif. proses rendering dapat kita lihat pada gambar 4.13



Gambar 4.11 Proses rendering menjadi video interaktif Sumber: Hasil olah penulis

9. *Mastering*

Mastering merupakan proses dimana file yang telah di-render dipindahkan ke dalam media kaset, VCD, DVD atau media lainya. Video feature interaktif ini menggunakan media DVD.

10. Hasil akhir

Berikut ini merupakan potongan gambar dari tempat-tempat wisata Surabaya serta cuplikan interaktif yang sesuai dengan batasan masalah.

a. Scene C2O







Gambar 4.12 Scene C2O Sumber: Hasil olah penulis

Scene C2O merupakan sebuah awal dari perjalan Trio dan Yohana. Pada scene ini bercerita tentang Trio mengalami yang kepenatan dalam pembuatan judul Tugas Akhirnya, sehingga membuatnya untuk mencari insprasi ke sebuah perpustakaan. Disana dia tidak sengaja bertemu dengan Yohana, lalu Trio mulai bercerita tentang unek-uneknya kepada Yohana. Setelah mendengar itu semua, Yohana lalu mengajak Trio untuk berkeliling Surabaya untuk berwisata sekalian untuk mencari inspirasi pembuatan judul Tugas Akhir. Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka seperti pada gambar 4.13.



Gambar 4.13 Menu interaktif C2O Sumber: Hasil olah penulis

b. Scene Es Jus Purnama



Gambar 4.14 Scene Es Jus Purnama Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana membawa Trio ke kedai jus tertua yang ada di Surabaya. Es Jus Purnama ini mempunyai menu andalan seperti Jus Durian Bir, Jus Kopyor Susu, dan Agli-gli. Selain itu, adegan di tempat ini juga menujukkan proses pembuatan jus andalan mereka yang terkenal enak.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.15.



Gambar 4.15 Menu interaktif Es Jus Purnama Sumber: Hasil olah penulis

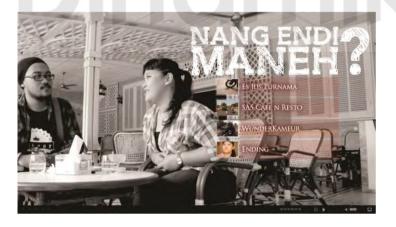
c. Scene Ice Cream Zangrandi



Gambar 4.16 Scene *Ice Cream* Zangrandi Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata kuliner ke kedai *ice cream* tertua yang ada di Surabaya. Kedai itu adalah Zangrandi. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Trio dan Yohana memilih *ice cream* andalan di tempat ini, Selain itu Yohana menjelaskan tentang sejarah Zangrandi kepada Trio.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.17.



Gambar 4.17 Menu interaktif *Ice Cream* Zangrandi Sumber: Hasil olah penulis

d. Scene SAS Café n Resto



Gambar 4.18 Scene SAS Café n Resto Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata kuliner ke SAS Café n Resto, resto yang memiliki konsep pedesaan yang ada di Surabaya. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Trio dan Yohana menikmati menu andalan yang di tempat ini, Selain itu lebih menunjukkan suasana dari SAS Café n Resto yang asri khas pedesaan.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.19.



Gambar 4.19 Menu interaktif SAS Café n Resto Sumber: Hasil olah penulis

e. Scene Gae Koen Tok



Gambar 4.20 Scene Gae Koen Tok Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata belanja ke distro Gae Koen Tok, distro yang berjualan souvenir-souvenir khas Surabaya. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Yohana ingin Trio memiliki sebuah ide untuk membuat Tugas Akhir yang bisa menjadi sebuah usaha kelak. Selain itu, adegan di tempat ini adalah Trio yang sedang memilih baju buatan Gae Koen Tok dan menunjukkan isi koleksi dari distro Gae Koen Tok.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.21.



Gambar 4.21 Menu interaktif Gae Koen Tok Sumber: Hasil olah penulis

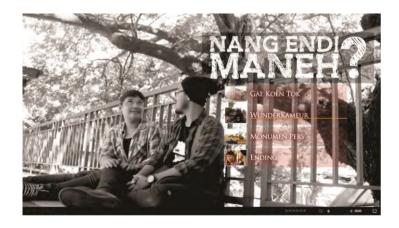
f. Scene Kampung Ilmu



Gambar 4.22 Scene Kampung Ilmu Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata belanja ke pusatnya buku-buku bekas, Kampun Ilmu merupakan pusatnya orang yang berjualan buku-buku bekas di Surabaya. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Yohana ingin Trio menemaninya untuk mencari data wawancara kepada penanggung jawab di tempat itu. Selain itu, adegan di tempat ini adalah menunjukkan suasana dari Kampung Ilmu yang asri dan penuh dengan kegiatan orang mencari buku.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.23.



Gambar 4.23 Menu interaktif Kampung Ilmu Sumber: Hasil olah penulis

g. Scene Wunderkameur



Gambar 4.24 Scene Wunderkameur Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata belanja ke Wunderkameur, toko baju yang berjualan baju-baju bekas yang ada di Surabaya. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Yohana bertemu dengan pemilik dari Wunderkameur, disamping itu beliau juga merupakan perintis dari took-toko *second hand* yang ada di Surabaya. Trio yang sedang memilih baju bekas dari Wunderkameur dan menunjukkan isi koleksi dari Wunderkameur. Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.25.



Gambar 4.25 Menu interaktif Wunderkameur Sumber: Hasil olah penulis

h. Scene Museum Kesehatan Dr.Adhyatma



Gambar 4.26 Scene Museum Kesehatan Dr.Adhyatma Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata ke Museum Kesehatan Dr.Adhyatma, sebuah museum yang mempunyai koleksi unik yang ada di Surabaya. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Yohana bertemu dengan penjaga dari Museum dan diajak berkeliling museum, disamping itu beliau juga menjelaskan tentang koleksi yang sering dipamerkan seperti boneka Nini Towok dan Jelangkung.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.27.



Gambar 4.27 Menu interaktif Museum Kesehatan Dr.Adhyatma Sumber: Hasil olah penulis

i. Scene Ludruk Irama Budaya



Gambar 4.28 Scene Ludruk Irama Budaya Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata untuk melihat pertunjukan kesenian khas Surabaya, Ludruk Irama Budaya merupakan sebuah kelompok ludruk yang masih eksis sampai sekarang. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Yohana dan Trio bertemu dengan ketua dari Ludruk Irama Budaya, melihat suasana persiapan sebelum pentas, dan menikmati pertunjukkan.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.29.



Gambar 4.29 Menu interaktif Ludruk Irama Budaya Sumber: Hasil olah penulis

j. Scene Museum Rudi Isbandi



Gambar 4.30 Scene Museum Rudi Isbandi Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata untuk melihat koleksi dari museum seni yang pertama di Surabaya, Museum Rudi Isbandi merupakan museum yang berisi karya-karya seni dari Bapak Rudi Isbandi. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Yohana dan Trio bertemu dengan Rudi Isbandi dan diajak melihat isi dari koleksi museum. Ada koleksi yang dibuat untuk menghormati Gombloh, dan ada juga koleksi yang ditawar dengan harga 500 juta. Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.31.



Gambar 4.31 Menu interaktif Museum Rudi Isbandi Sumber: Hasil olah penulis

k. Scene Klenteng Hok An Kiong







Gambar 4.32 Scene Klenteng Hok An Kiong Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata religi melihat klenteng tertua yang ada di Surabaya, Klenteng Hok An Kiong. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah Yohana dan Trio berkeliling melihat-lihat isi dari koleksi klenteng yang berusia ratusan tahun. Ada banyak patung dewa yang ada di tempat ini, tapi satu dewa yang paling dihormati di tempat ini adalah Dewa Mak Coh Po. Patung Dewa Mak Coh Po dibuat untuk memohon keselamatan saat melakukan pelayaran menuju Cina.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.33.



Gambar 4.33 Menu interaktif Klenteng Hok An Kiong Sumber: Hasil olah penulis

1. Scene Gereja KELSAPA



Gambar 4.34 Scene Gereja KELSAPA Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan tentang adegan dimana Yohana dan Trio mengunjungi gereja tertua peninggalan Belanda. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah menunjukkan interior dan suasana gereja peninggalan Belanda serta, Yohana dan Trio yang bertemu dengan penjaga gereja yang akhirnya menjelaskan sejarah gereja tersebut dan mengajak mereka berkeliling melihat barang peninggalan Belanda yang masih digunakan sampai sekarang.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.33.



Gambar 4.35 Menu interaktif Gereja KELSAPA Sumber: Hasil olah penulis

m. Scene Patung Budha 4 Wajah



Gambar 4.36 Scene Patung Budha 4 Wajah Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, menunjukan adegan dimana Yohana dan Trio berwisata mengunjungi Patung Budha 4 Wajah. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah menunjukkan kemegahan Patung Budha yang dibangun dengan dana mencapai 4 miliar rupiah, selain itu adegan ini juga menjelaskan tentang Patung Budha tersebut serta suasana yang ada di lokasi tersebut. Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.37.



Gambar 4.37 Menu interaktif Patung Budha 4 Wajah Sumber: Hasil olah penulis

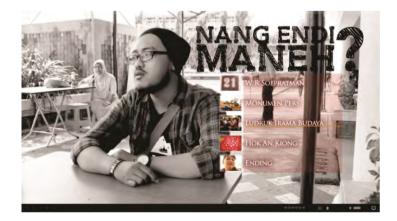
n. Scene Museum Tugu Pahlawan



Gambar 4.38 Scene Museum Tugu Pahlawan Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, Yohana dan Trio berwisata mengunjungi Museum Tugu Pahlawan, sebuah museum yang berisi tentang perang 10 November. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah menunjukkan kemegahan halaman Museum Tugu Pahlawan, selain itu adegan di tempat ini juga menjelaskan tentang isi museum, mulai dari rekaman pidato Bung Tomo serta koleksi foto-foto jaman penjajahan Belanda dulu.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.39.



Gambar 4.39 Menu interaktif Museum Tugu Pahlawan Sumber: Hasil olah penulis

o. Scene Museum W R Soepratman



Gambar 4.40 Scene Museum W R Soepratman Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, Yohana dan Trio berwisata mengunjungi Museum W R Soepratman, sebuah museum yang menjadi saksi detik-detik terakhir dari W R Soepratman. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah menunjukkan isi koleksi yang ada di Museum W R Soepratman, mulai dari foto beliau yang masih kecil sampai dewasa, replika biola dan lagu hasil ciptaan beliau.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.41.



Gambar 4.41 Menu interaktif Museum W R Soepratman Sumber: Hasil olah penulis

p. Scene Monumen Pers Perjuangan Surabaya



Gambar 4.42 Scene Monumen Pers Perjuangan Surabaya Sumber: Hasil olah penulis

Pada scene ini, Yohana dan Trio berwisata mengunjungi Monumen Pers Perjuangan Surabaya, sebuah monument yang dulu pernah menyimpan alat-alat media cetak jaman Jepang. Adegan yang terjadi di tempat ini adalah menunjukkan monumen ini kurang mendapat perhatian dari masyarakat Surabaya karena monumen ini hanya dilewati oleh warga Surabaya. Monumen bersejarah ini resmi ditutup untuk umum karena hampir roboh.

Diakhir video ini muncul menu interaktif yang menunjukkan tempat tujuan mereka yang selanjutnya seperti pada gambar 4.41.



Gambar 4.43 Menu interaktif Monumen Pers Perjuangan Surabaya Sumber: Hasil olah penulis

11. Publikasi

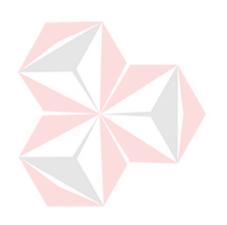
Setelah selesai mengolah seluruh hasil video, maka penulis melakukan publikasi. *Gimmick* yang dibuat untuk publikasi adalah poster, pin dan notes.



Gambar 4.44 Desain pin Sumber: Hasil olah penulis



Gambar 4.45 Desain pada cover depan notes Sumber: Hasil olah penulis





Gambar 4.46 Desain pada baju Sumber: Hasil olah penulis



Gambar 4.47 Desain poster Sumber: Hasil olah penulis

12. Realisasi Biaya

Pembuatan film ini memakan biaya ± 17 juta dengan penjelasan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Realisasi Biaya

A	PRA PRODUKSI	7.950.000
В	PRODUKSI	6.307.500
С	PASCA PRODUKSI	2.905.000
		17.162.500

PRODUCTION BREAK DOWN

A. PRAPRODUCTION

1	Telekomunikasi dan internet (penggalian data ditempat tempat rencana produksi)		1	5.000	125.000
2	Survey tempat wisata Surabaya	15	1	500.000	500.000
3	Pembelian crane jib	1	1	1.500.000	1.500.000
4	Pembelian Slider track	1	1	1.000.000	1.000.000
5	Pembelian tripod video Takara VD 2500	1	1	1.525.000	1.525.000
6	6 Pembelian tripod Excel UFO 260		2	500.000	1.000.000
7	7 Pembelian memory Sandisk 8gb		1	350.000	350.000
8	8 Converter lensa dari Nikkon ke Canon		1	350.000	350.000
9	Sewa kamera Canon 550D + lensa kit		2	50.000	1.600.000
				7.950.000	

B. PRODUCTION

1	Sewa mobil + Bensin	1	17	300.000	2.100.000
2	Bensin Yamaha Jupiter MX	1	17	25.000	425.000
3	Tiket masuk museum Rudi Isbandi	1	4	10.000	40.000
4	Ucapan terimakasih untuk narasumber	1	1	200.000	200.000
5	Tiket masuk museum Kesehatan Dr.Adhyatma	1	5	1.500	7.500
6	Ucapan terimakasih untuk narasumber	1	1	200.000	200.000
7	Konsumsi talent + crew di Es Jus Purnama	1	4	30.000	120.000

8	Konsumsi talent + crew di Es Jus Purnama	1	4	40.000	160.000
9	Ucapan terimakasih untuk penjaga Gereja KELSAPA	1	1	150.000	150.000
10	Konsumsi talent + crew di Bebek Cak Yudi	1	4	25.000	100.000
11	Tiket masuk ke KENPARK	1	2	20.000	40.000
12	Konsumsi talen + crew di Kenpark	1	5	20.000	100.000
13	Tiket masuk museum Tugu Pahlawan	1	4	10.000	40.000
14	Beli baju untuk talent di Gae Koen Tok	1	2	90.000	180.000
15	Beli baju untuk talent di Wunderkameur	1	3	45.000	135.000
16	Cas tempat + Konsumsi di SAS	1	4	92.500	370.000
17	Ucapan terimakasih untuk pihak Kampong Ilmu	1	1	200.000	200.000
18	Ucapan terimakasih untuk pihak Museum WR Soepratman	1	1	200.000	200.000
19	Ucapan terimakasih untuk pihak Ludruk Irama Budaya	1	1	700.000	700.000
20	Konsumsi talent + crew di Kampung Seni	2	4 🛕	15.000	120.000
21	Konsumsi talent + crew	6	4	30.000	720.000
					6.307.500

C. PASCA PRODUCTION

1	Hardisk Ekternal 1 TeraByte	1	1	850.000	850.000
2	Cetak kaos untuk crew + talent	1	6	80.000	480.000
3	Cetak poster + pigora	1	1	250.000	250.000
4	Cetak pin 58mm	1	50	5.000	250.000
5	Pembuatan notes A6	1	25	23.000	575.000
6	Pameran	1	1	500.000	500.000
					2.905.000

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari laporan ini dapat disimpulkan bahwa:

- 1. Untuk membuat video *feature* panduan wisata tentang Kota Surabaya, hal yang paling penting adalah isi dari videonya. Isi video harus difokuskan untuk memberi informasi sebanyak-banyaknya tentang tempat wisata tersebut kepada masyarakat.
- 2. Hal yang diperlukan untuk membuat video dengan teknik interaktif adalah membuat cerita-cerita yang menarik minat pengunjung, selanjutnya diteruskan dengan membuat rute alternatif yang akan membantu ketika proses penyusunan *flowchart*. Hal ini didasarkan pada konsep dimana penonton dapat dengan bebas menentukan alur yang mereka inginkan.
- 3. Untuk membuat video *feature* panduan wisata tentang wisata Kota Surabaya dengan teknik interaktif hal yang pertama adalah mencari informasi tentang wisata-wisata yang akan diangkat. Selanjutnya menyusun cerita yang berisi tentang penjelasan atau informasi tentang wisata-wisata tersebut. Setelah itu dilanjutkan dengan proses produksi dan pasca produksi. Setelah pasca produksi selesai maka tahapan berikutnya adalah menyusun video-video yang dusah dirender kedalam *flowchart*. Jika semua sudah dimasukkan kedalam *flowchart* maka video siap dirender menjadi video interaktif.

- 4. Surabaya memiliki wisata yang sangat banyak jika dikemas kedalam sebuah video *feature*.
- Dengan meggunakan teknik interaktif penonton dapat memilih sendiri tempat wisata yang ingin mereka saksikan.
- 6. Pembuatan video interaktif ini memakan waktu yang lama karena dilakukan dibanyak lokasi yang berada di Surabaya.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat dibangun dari pembuatan film ini yaitu:

- Menggunakan pemeran yang profesional akan sangat membantu dalam proses produksi.
- 2. Saat proses produksi, penggunaan *boom mic* akan sangat membantu dalam pengambilan suara.
- 3. Musik latar belakang dapat di *arrange* sendiri, sehingga tidak perlu mengambil dari musik orang lain, walaupun *free*.
- 4. Perlunya hubungan dengan pihak DISBUDPAR Surabaya untuk memudahkan memasuki tempat-tempat wisata yang ada di Surabaya.
- 5. Dalam video ini masih terdapat kekurangan-kekurangan dalam tahap pra produksi sampai pasca produksi, sehingga saya tidak keberatan bila ada adik angkatan yang berniat untuk memakai dan menyempurnakan video interaktif ini.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

- Andrianus, Novan. 2012. Pembuatan Video Pariwisata Kota Surabaya Berjudul "Sparkling Surabaya". Surabaya: STIKOM Surabaya.
- Afandi, Haekal ridho. 2013. *Pembuatan Film Extreme Road Movie Berjudul "the Power of Love"*. Surabaya: STIKOM Surabaya.
- Ayawaila, Gerzon R. 2008. *Dokumenter dari ide sampai produksi*. Jakarta: Fakultas Film dan Televisi, IKJ (FFTV-IKJ).
- Ayunandya, Medhy. 2012. Pembuatan Video Clip Band Friday Dengan Penggabungan Teknik Reverse Dan One Shot Berjudul "Will We Make It This Time". Surabaya: STIKOM Surabaya.
- Baksin, Askurifal. 2003. Membuat Film Indie Itu Gampang. Bandung: Katarsis
- Efendi, Heru. 2009. *Mari Membuat Film Panduan menjadi Produser*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jayandalasta, Panca. 2011. 5 Hari Mahir Bikin Film. Surabaya: PT. Java Pustaka Group.
- Nasir, M. 1988. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- M, Handry T. 2006. Yok Bikin Film Gitu Loh. Jakarta: Laba2 Publisher.
- Makarim, Rayya. 2003. Rumah ke-7. Jakarta: Metafor Pub.
- Mochtar, Ardian. 2006. IPS Terpadu; Sejarah dan Budaya. Semarang: Erlangga.
- Pemerintah kota Surabaya. 2006. *Rencana Pembangunan Jarak Menengah tahun 2006-2010* (Vol. II, pp. 7-11). Surabaya: Pemerintah kota Surabaya.
- Pratista, Himawan. 2008. Memahami Film. Jakarta: Homerian Pustaka.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual-Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sirait, Lia. 2013. *Masjid Ceng Ho dan 4 Destinasi Religi Seru di Surabaya*. Surabaya: Detik News. Diakses pada tanggal: 28-09-2013.

- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Widagdo, B., & Gora, W. 2007. Bikin Film Indie itu Mudah. Bandung: CV. ANDI OFFSET.
- Wulansari, N. 2007. Menata Kamar Anak. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Zhao, Weixuan. 2010. How can interactive film challenge conventional film in the interactive media age. Inggris: London College of Comunication.

Sumber Internet:

- Angga. 2011. *Museum Di Surabaya*. http://wisatamuseum.com/ Diakses tanggal 28 September 2013.
- http://www.budpar.go.id/ Diakses pada Tanggal 24-10-2013
- http://muktionodimi.blogspot.com/2012/08/apa-itu-desain-grafis.html/ Diakses pada tanggal: 10-08-2013.
- http://www.analisadaily.com/news/45271/ mempromosikan-pariwisata-indonesia-lewat-film/ Diakses tanggal: 03-10-2013.
- http://kabarbisnis.com/read/2838986/ *Pemprov Jatim akui kurang promosi potensi wisata*/ Diakses pada tanggal: 30-09-2013.
- http://www.eastjava.com//tourism/surabaya/ina/ Diakses tanggal 26-09-2013
- https://www.youtube.com/watch?v=TgyPpfQt E8 Diakses tanggal 20-05-2013
- https://www.youtube.com/watch?v=Bh-RSIQDwqg Diakses tanggal 20-05-2013
- https://www.youtube.com/watch?v=7q90JzCQSLs Diakses tanggal 20-05-2013
- http://suaradesabali.blogspot.com/2012/07/pengertian-dan-definisi-wisata.html/ Diakses pada Tanggal 20-08-2014
- Rachel, Arianna. (2012). Wali Kota: Keunggulan Pariwisata Surabaya karena Difrensiasinya. Surabaya: Antara News. Diakses pada tanggal: 26-9-2013.
- Sidik, Ahmad. (2013). *Mendunia Melalui Film*. Surabaya: Media Kompasiana. Diakses pada tanggal: 30-09-2013.

- Sirait. Lia. 2013. Masjid Ceng ho dan 4 destinasi wisata religi seru di Surabaya. http://travel.detik.com/Diakses tanggal 30 Oktober 2013.
- Kusnanto, A. 2013. *15 Destinasi Wisata Surabaya*. http://surabayacityguide.co.id/ Diakses tanggal 26 September 2013.
- Mulyadi, Hafid. 2011. http://hapidmulyadi.blogspot.com/2011/10/definisi-feature-tv-proses-terjadinya.html/ Diakses tanggal 1 Februari 2015.
- Mona, Adisty. 2013. Potensi Wisata Budaya di Kota Surabaya. http://regionalinvestment.bkpm.go.id / Diakses tanggal 30 Oktober 2013.
- Octavianto, Adi Wibowo. 2011. https://octavadi.wordpress.com/2011/10/10/produksi-feature-dokumenter-part-1/ Diakses tanggal 1 Februari 2015.
- Wafa, Yoshie. 2013. *Daftar Obyek Wisata di Surabaya*. http://yoshiewafa.blogspot.com/ Diakses tanggal 30 September 2013.

Yadav, Sunil Kumar. 2012. http://my.opera.com/ Diakses tanggal 30 September 2013.

