

Pemanfaatan Film Sebagai Peningkatan Media Promosi Pada Tempat Wisata

Dewi Immaniar Desrianti*¹, Ruli Supriati², Kivti Herdiana³

¹²³Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja
Email: dewi.immaniar@raharja.info^{*1}, ruli@raharja.info², kivti@raharja.info³

Abstrak

Perkembangan zaman saat ini berpengaruh terhadap berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu media pendukung untuk menyampaikan informasi yang efektif yaitu media promosi. Saat ini banyak tempat – tempat wisata yang memanfaatkan Film sebagai media promosi. Film saat ini banyak digemari oleh kalangan manapun karena Film menampilkan penyampaian cerita yang berbentuk audiovisual dan memiliki makna atau arti serta dikemas dengan teknik sinematografi yang indah dan menarik. Permasalahannya adalah dalam menginformasikan dan mempromosikan Wisata Alam Seville ini hanya menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet keterangan harga tiket, nameboard dan foto-foto yang diunggah ke sosial media Wisata Alam Seville, sehingga diperlukan pemanfaatan Film untuk peningkatan media promosi pada Wisata Alam Seville. Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu pihak pengelola dalam peningkatan media promosi untuk menarik minat berkunjung ke Wisata Alam Seville melalui strategi promosi pada sosial media Facebook, Instagram, Youtube, dan promosi ke relasi. Manfaat penelitian ini yaitu melalui Film ini, Wisata Alam Seville dapat meningkatkan jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung, serta meningkatkan pencapaian target pemasaran. Metode penelitiannya yaitu, Pengumpulan Data, Analisa SWOT, Analisa Perancangan Media dan Konsep Produksi Media (KPM). Hasil dari penelitian ini nantinya akan diimplementasikan ke media sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube untuk membantu mempromosikan Wisata Alam.

Kata kunci – Film, Promosi, Wisata

Abstract

The development of the current era affects the growth of information and communication technology. One of the supporting media to convey effective information is promotional media. Nowadays, many tourist spots make use of Film as promotional media. Movies nowadays are much favored by many circles because the Film features an audiovisual-shaped story that has meaning or meaning and is packed with beautiful and interesting cinematography techniques. The problem is to inform and promote Seville nature tourism only use print media such as brochures, ticket price pamphlets, name boards, and photos uploaded to social media Seville nature tourism, so the need to use Film to increase promotional media in Seville natural tourism. The purpose of this research is to assist the maintainer in improving promotional media to attract a visit to Seville nature tourism through a promotional strategy on social media Facebook, Instagram, Youtube, and promotion to relationships. The benefits of this research through this Film, Wisata Alam Seville can increase the number of local and foreign tourists who visit and increase the achievement of target marketing. Its research methods are Data collection, SWOT analysis, Media planning analysis, and Media production concept (KPM). The results of this research will later be implemented on social media such as Facebook, Instagram, and Youtube to help promote Seville nature tourism.

Keyword – Movies, Promotions, Travel

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini berpengaruh terhadap berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang sangat dibutuhkan sebagai media penyampaian. Salah satu media pendukung untuk menyampaikan informasi yang efektif yaitu media promosi. Saat ini bukan hanya instansi atau perusahaan yang mempromosikan tentang instansi atau perusahaan tersebut memanfaatkan media Film, banyak tempat – tempat wisata juga memanfaatkan media Film untuk mempromosikan keindahan dan keunggulan yang ada dalam wisata tersebut.

Film adalah media audiovisual yang dimanfaatkan untuk menginformasikan dan mempromosikan secara detail dengan menampilkan penyampaian cerita yang terdapat makna atau arti serta dikemas dengan teknik sinematografi yang indah dan menarik bagi audience.

Kabupaten Cianjur yang berada di Provinsi Jawa Barat memiliki luas wilayah 3.432,96 km² dengan 32 Kecamatan dan 348 Kelurahan, memiliki 2.256.589 ribu jiwa pada tahun 2016, merupakan tempat tujuan wisata yang menarik.

Wisata Alam Sevillage dibawah naungan perusahaan PT. Indo Othaim Internasional. Wisata Alam Sevillage merupakan salah satu tempat wisata alam yang berlokasi di Jl. Ziwa Besar Kp. Parabon, RT 04/RW 03 Desa Ciloto, Kecamatan Cipanas, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat ini menjadi tempat wisata yang bertemakan alam sehingga wisatawan bisa berwisata dengan tenang, nyaman, dan menyenangkan dalam mengisi liburan dengan berbagai kegiatan seperti wahana spot foto yang disediakan yaitu *Sky Bike*, *Sky Swing*, *Flying Fox*, *Helikopter*, *Adrenaline Swing*, dan *Helium* yang menjadi keunggulan.

Permasalahannya adalah dalam menginformasikan dan mempromosikan Wisata Alam Sevillage ini hanya menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet keterangan harga tiket, dan nameboard Wisata Alam Sevillage, sehingga diperlukan pemanfaatan Film sebagai peningkatan media promosi untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Wisata Alam Sevillage.

Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu pihak pengelola dalam meningkatkan daya tarik wisatawan pada Wisata Alam Sevillage melalui strategi promosi pada social media Facebook, Instagram, Youtube, dan promosi ke relasi.

Untuk itu diperlukan sebuah solusi dari pemecahan masalah di atas, dengan melakukan pemanfaatan melalui media lain seperti pemanfaatan Film ini. Dengan adanya pemanfaatan Film ini, pihak pengelola dengan mudah memperkenalkan jenis – jenis kegiatan, wahana dan keunggulan yang terdapat pada Wisata Alam Sevillage sehingga wisatawan lebih mudah mengetahui apa yang ada didalamnya dan nantinya Film ini akan diimplementasikan melalui Youtube *channel* dan *social media* Wisata Alam Sevillage.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan Film ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Septian, dkk. (2017)^[1] “Film Dokumenter PTI : Rumahku (Sebuah Catatan, Sebuah Kisah)”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menghasilkan rancangan dan mengimplementasikan film dokumenter PTI : Rumahku (Sebuah Catatan, Sebuah Kisah). Dalam penelitian ini menggunakan Metode perancangan melalui observasi dan wawancara kemudian Metode cyclic strategy atau strategi berputar konsep perancangan

Berikutnya penelitian yang dilakukan Santyadiputra, dkk (2017)^[2] “Film Dokumenter Genggong “Sebuah Instrumen Musik Kuno”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menghasilkan rancangan dan mengimplementasikan hasil rancangan Film Dokumenter Genggong Sebuah Instrumen Musik Kuno. Dalam penelitian tersebut menghasilkan Film Dokumenter, yang menggunakan 2 metode penelitian seperti pengumpulan data dan KPM (Konsep Produksi Media).

Kemudian, ada penelitian yang dilakukan oleh Hariyanto (2018) ^[3], “Perancangan Promosi Wisata Kota Medan Dalam Bentuk Media Audio Visual”. Tujuan penelitian ini untuk menciptakan promosi yang efektif dan informatif dalam bentuk media audio visual. Hasil dari penelitian tersebut adalah Media promosi dalam bentuk audio visual. Metode yang digunakan yaitu, Analisa Permasalahan, Pengumpulan data, dan Analisis SWOT.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Saleh, dkk (2016)^[4] “Film yang Efektif

Sebagai Media Promosi Kesehatan bagi Masyarakat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perancangan dan pembuatan media promosi kesehatan film pendek yang efektif tentang rokok dan bahayanya. Hasil dari penelitian tersebut adalah Film yang efektif sebagai media promosi kesehatan bagi masyarakat. Metode yang digunakan metode kualitatif.

Lalu ada penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2017)^[5] “Pemanfaatan Film Perjuangan untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Bela Negara Siswa”. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah mendeskripsikan pemanfaatan film perjuangan dalam meningkatkan pemahaman konsep Bela Negara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan sampel berjumlah 26 responden.

2 METODE PENELITIAN

Beberapa metode penelitian yang digunakan untuk (*Judul Jurnal*), yaitu: (1) Metode Pengumpulan Data, yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data dengan jalan pengamatan (*Observasi*), *interview* ataupun dari kajian pustaka. (2) Analisa Perancangan Media yaitu *Software* apa saja yang dipakai untuk *mengedit video*. (3) Konsep Produksi Media (KPM). Pembuatan media *Film* ini melalui beberapa proses perancangan agar mendapat gambaran tentang *project* yang dibuat, sehingga memudahkan dalam membuat *Film* ini. Tahapan yang dilakukan dalam Konsep Produksi Media (KPM) adalah *Pre Production*, *Production* dan *Post Production*.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Pre Production*

Pre Production merupakan proses awal atau langkah awal dimulainya suatu karya yang diantaranya berupa pengumpulan data dan elemen yang berkaitan dengan produksi. Seperti menentukan ide/gagasan, sinopsis, *script writing*, *storyboard*, *rundown*, penyusunan *crew*, *time schedule*, dan mempersiapkan alat – alat pendukung yang dibutuhkan selama proses produksi. Berikut merupakan gambaran dari tahap *Pre Production* :

1. Ide/Gagasan

Ide atau Gagasan merupakan sebuah rencana awal dari proses *pre production*, hal itu merupakan hal yang mendasar untuk perancangan sebuah karya Film. Sebuah ide atau gagasan yang telah tercipta kemudian dikembangkan lagi dengan mengumpulkan data-data berdasarkan masalah yang ada. Kemudian dalam penelitian ini konsep yang dibutuhkan dalam pemanfaatan Film pada Wisata Alam Sevillage ini menampilkan informasi tentang keunggulan yang dimiliki Wisata Alam Sevillage dengan konsep yang menarik agar dapat meningkatkan wisatawan.

2. Sinopsis

Sinopsis merupakan suatu ringkasan cerita dari awal hingga akhir yang dibentuk menjadi cerita singkat, padat dan jelas tanpa menghilangkan beberapa unsur penting dalam keseluruhan cerita. Tujuan pembuatan sinopsis agar mendapatkan gambaran utuh dari urutan cerita dalam naskah. Berikut adalah sinopsis Film pada Wisata Alam Sevillage:

“Dito sedang asyik memakan jajanan nya dibawah pohon yang rindang, kemudian saat Dito sedang berkeliling di taman dia mendengar suara alunan lagu entah darimana datangnya. Dito pun mengikuti suara alunan lagu tersebut hingga saat sedang berjalan

Dito terjatuh kedalam semak-semak yang membawanya ke dunia lain. Lalu Dito pun terdampar di tempat yang tidak pernah kunjungi. Dito bertemu dengan seorang pria yang mengajaknya bermain-main di tempat tersebut. Disana terdapat berbagai wahana, mulai dari wahana Helikopter, Helium, Sky Bike, Sky Swing, dan Flying fox pun Dito sambangi. Dito merasa senang sekali bermain di tempat tersebut hingga matahari terbenam dan pria tersebut menyuruh Dito untuk kembali kerumah karena waktunya sudah selesai. Dengan berat hati Dito pun pulang melewati semak-semak tempat Dito datang.”

3. Narasi

Narasi merupakan pengembangan dari paragraf sebuah tulisan yang dijabarkan secara teratur dari urutan awal, tengah, akhir yang memiliki unsur dengan bentuk berupa tema, latar, setting, dan karakter. Narasi yang direkam dalam menggantikan suara suatu tokoh karakter sering disebut dubbing. Berikut narasi yang dalam video profile berbasis film akan dijadikan dubbing:

“Pada suatu pagi/terlihat seorang anak yang tidak merasa bahagia dengan kehidupannya/terlihat murung/namun/sedikit aktif/kegiatannya pun hanya sebatas/bermain/berjalan diatas rumput/memakan snack yang ada di tangannya/bermain dengan buah pinus yang ada di depannya// Sampai akhirnya sebuah kejadian/merubah keadaan pada hari itu// Ternyata/dia memasuki dunia yang tidak pernah didatangi sebelumnya// Dan/dia pun bertemu dengan paman Jenggi/Om Jenggi pun berkata/ternyata aku melihat seorang anak yang menyasar disini// Om Jenggi dengan gaya nyentriknya/merupakan salah satu penjaga yang ada di Sevillage ini// Apa saja yang ada di dunia Sevillage ini?// Tentu saja ada balon raksasa yang membuat Dito melambatkan tangannya/dan selanjutnya ada ayunan raksasa yang membuat Dito berteriak/lalu Dito diajak menaiki helikopter yang terlihat palsu namun mengasyikan/dan Dito pun diajak menaiki ayunan yang terbuat dari akar buncis kata Om Jenggi/ dan Dito pun diajak menaiki flying fox dimana flying fox tersebut membuat Dito merasa terbang di angkasa/terakhir Dito diajak menaiki satu wahana yaitu sepeda yang membuat Dito merasa berdebar// Itulah pengalaman Dito/di dunia Sevillage yang sangat menakjubkan//”

4. Script Writing

Script Writing adalah sebuah rancangan ide dasar atau gagasan cerita yang ditulis secara detail atau rinci untuk mempermudah proses *editing*. *Script writing* pada *project* ini bisa dilihat pada Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1.	Menampilkan <i>Video Footage drone</i>	
2.	Menampilkan <i>Video Anak sedang duduk dibawah Pohon</i>	<i>Morning relaxing Music</i>
3.	Menampilkan <i>Video Anak terjatuh saat berjalan</i>	<i>Sound Effect orang jatuh</i>
4.	Menampilkan <i>Bumper Judul Film</i>	<i>Music.</i>
5.	Menampilkan <i>Video Paman menghampiri dan mengajak bermain anak</i>	<i>Garden ambient sound + Dialog.</i>

6.	Menampilkan <i>Video</i> Anak menaiki wahana Sky Bike	<i>Fun Music.</i>
7.	Menampilkan <i>Video</i> Paman mengantar pulang Anak melewati semak-semak	<i>Fun Music..</i>
8.	Menampilkan Logo Wisata Alam Sevillage, alamat, no telp, alamat dan media sosial.	

5. *Storyboard*

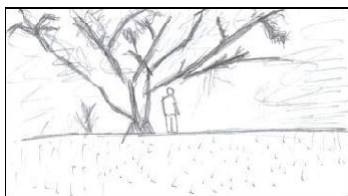
Storyboard merupakan sebuah sketsa/gambar yang disusun berurutan sesuai dengan jalan cerita. Dalam penyampaian ide dan jalan cerita umumnya menggunakan *storyboard*, agar yang melihat lebih mudah paham dengan informasi yang akan disampaikan, karena *storyboard* merupakan sebuah gambaran kasar mengikuti ilustrasi gambar yang disampaikan, sehingga menjadi persepsi yang sama dengan ide dan jalan cerita. Dilihat pada gambar 3, scene 1 menampilkan video footage drone dengan pengambilan gambar *bird eye*. Kemudian gambar 4, scene 2 menampilkan seorang anak yang sedang duduk dibawah pohon dengan pengambilan gambar *long shot*. Selanjutnya gambar 5, scene 3 menampilkan anak terjatuh ke semak-semak saat sedang berjalan dengan pengambilan gambar *long shot*. Berikutnya gambar 6, scene 4 menampilkan bumper untuk judul Film nya. Lalu pada gambar 7, scene 5 menampilkan paman mengajak bermain anak tersebut dengan pengambilan gambar *full shot*. Pada gambar 8, scene 6 menampilkan anak menaiki wahana *Sky Bike* dengan *angle* kamera *low angle*. Untuk gambar 9, scene 7 menampilkan paman mengantar pulang anak dengan pengambilan gambar *full shot*. Dan terakhir pada gambar 10 scene 8 menampilkan Logo Wisata Alam Sevillage, alamat, no telp, alamat dan media sosial.



Gambar 3. Scene 1//Menampilkan Video Footage Drone/Day/*Bird eye*



Gambar 4. Scene 2/EXT/Menampilkan Video Anak sedang duduk dibawah pohon/Day/*Long Shot*



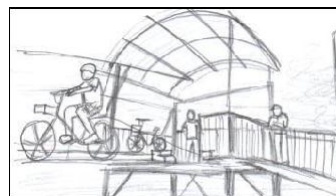
Gambar 5. Scene 3/EXT/Menampilkan Video Anak terjatuh saat berjalan/*Long Shot*



Gambar 6. Scene 4/Menampilkan Bumper Judul Film



Gambar 7. Scene 5/EXT/Menampilkan Video Paman menghampiri dan mengajak bermain anak/Day/Full Shot



Gambar 8. Scene 6/EXT/Menampilkan Video Anak menaiki wahana Sky Bike/Day/Low Angle



Gambar 9. Scene 7/EXT/Menampilkan Video Paman mengantar pulang Anak melewati semak-semak/Day/Full Shot



Gambar 10. Scene 8/Menampilkan Logo Wisata Alam Sevillage, alamat, no telp, alamat dan media sosial.

6. *Rundown*

Rundown merupakan susunan inti cerita dengan rancangan durasi waktu yang sesuai. *Rundown* dari Film Wisata Alam Sevillage bisa dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	INT/EXT	Description
1.	2	Taman 1	00:00:05:36-00:00:13:09	EXT	Menampilkan <i>Video</i> Anak sedang duduk dibawah pohon
2.	3	Taman 1	00:00:35:21-00:00:47:47	EXT	Menampilkan <i>Video</i> Anak terjatuh saat berjalan
3.	5	Taman 2	00:01:10:44-00:01:28:17	EXT	Menampilkan <i>Video</i> Paman menghampiri dan mengajak bermain anak
4.	7	Taman 2	00:03:16:33-00:03:39:18	EXT	Menampilkan <i>Video</i> Paman mengantar pulang Anak melewati semak-semak
5.	6	Wahana Sky Bike Sevillage	00:03:06:32-00:03:16:31	EXT	Menampilkan <i>Video</i> Anak menaiki wahana Sky Bike

7. Penyusunan *Crew*

Dalam Penyusunan *crew*, dibutuhkan ketentuan dalam memberikan *jobdesk* pada *crew*, pada sebuah perancangan video di dalam penyusunan *crew* terdapat Sutradara, *Camera Person*, *Audioman*, *Script Writer*, *Editor*, dan Pemain. Berikut adalah susunan

pemain dan *crew* yang terlibat dalam Film Wisata Alam Sevillage Ciloto terdapat pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Susunan Crew

	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Kivti Herdiana
2.	Camera Person 1	Kivti Herdiana
3.	Camera Person 2	Jody Ivander
4.	Audioman	Firmansyah Agustian
5.	Editor	Kivti Herdiana
6.	Script Writer	Kivti Herdiana
7.	Wardrobe	Della Nurasih
8.	Dubber	Firmansyah Agustian
9.	Pemain Dito	Rizki Ardiansyah
10.	Pemain Paman	Aditiawarman

8. Analisa Perancangan Media

Dalam Film Wisata Alam Sevillage ini menggunakan *software* yang digunakan adalah: *Adobe Premiere CC 2018*, *Adobe Audition CC 2018* dan *Adobe After Effect CC 2018*

9. Time Schedule

Time Schedule merupakan alokasi waktu yang diperkirakan untuk menyelesaikan proses produksi secara keseluruhan dengan waktu yang ditetapkan. Berikut adalah *time schedule* dalam pemanfaatan Film pada Wisata Alam Sevillage Ciloto ditampilkan pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Time Schedule

TAHAPAN	Februari 2020				Maret 2020				April 2020				Mei 2020				Juni 2020				Juli 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PreProduction	Pengajuan Observasi	■	■	■																				
	Pengumpulan Data				■	■	■	■																
	Analisis Data				■	■	■	■																
	Ide/Gagasan						■	■	■															
	Sinopsis/Cerita						■	■	■															
	Pembuatan Storyboard									■	■	■												
	Script Writing													■	■									
	Penyusunan Crew																							

	<i>Time Schedule</i>																			
	<i>Anggaran/Budget</i>																			
	<i>Peralatan Yang Digunakan</i>																			
<i>Production</i>	<i>Perencanaan Multimedia</i>																			
	<i>Perencanaan Audio</i>																			
	<i>Perencanaan Visual</i>																			
	<i>Perencanaan Broadcasting</i>																			
<i>Post Production</i>	<i>Digitizing</i>																			
	<i>Editing</i>																			
	<i>Mixing</i>																			
	<i>Finishing</i>																			
	<i>Tahap Keluaran</i>																			
	<i>Segmen Pasar</i>																			

10. Peralatan yang digunakan

Dalam pembuatan Film pada Wisata Alam Sevillage Ciloto ini menggunakan peralatan seperti *Camera Mirrorless Sony A7 Mark II, Camera Mirroless Sony A6000, Lensa Sony FE 16 - 35 mm, Lensa Tamron 17-28 mm, Tripod, Zhiyun Stabilizher, Zoom H5N Pro, Rode NTG 4& Boom Pole, Memory Card 16 GB, Memory Card 64 GB, Laptop dan Flash Disk.* Proses pengambilan video ini lebih banyak di luar ruangan.

3.2. Production

Production merupakan proses pengambilan gambar dengan kerjasama antara sutradara, crew, dan pemain untuk perwujudan dari Sinopsis, *Storyboard* dan *Time Schedule* yang sudah dibuat serta tahapan ini juga peran sutradara sangat dibutuhkan untuk mengatur talent yang terlibat agar sesuai dengan naskah. Setiap proses *production* pengambilan gambar atau *shooting* ada beberapa hal yang harus dipersiapkan dengan baik, seperti pada gambar dibawah ini gambar 11 memperlihatkan sedang mengambil audio untuk dialog dan gambar 12 memperlihatkan sedang mengambil gambar.



Gambar 11. Take



Gambar 12. Take

1. Program Visual

Tampilan *Film* ini dirancang pada saat pembuatan sinopsis. Berikut adalah tampilan isi *Film* yang telah dibuat pada saat proses Konsep Produksi Media (KPM).



Gambar 13. Scene 1/Menampilkan Video Footage Drone/Day/Bird eye



Gambar 14. Scene 2/EXT/Menampilkan Video Anak sedang duduk dibawah pohon/Day/Long Shot



Gambar 15. Scene 3/EXT/Menampilkan Video Anak terjatuh saat berjalan/Day/Long Shot



Gambar 16. Scene 4/ Menampilkan Bumper Judul Film



Gambar 17. Scene 5/EXT/Menampilkan Video Paman menghampiri dan mengajak bermain anak/Day/Full Shot



Gambar 18. Scene 6/EXT/Menampilkan Video Anak menaiki wahana Sky Bike/Day/Low Angle



Gambar 19. Scene 7/EXT/Menampilkan Video Paman mengantarkan pulang Anak melewati semak-semak/Day/Full Shot



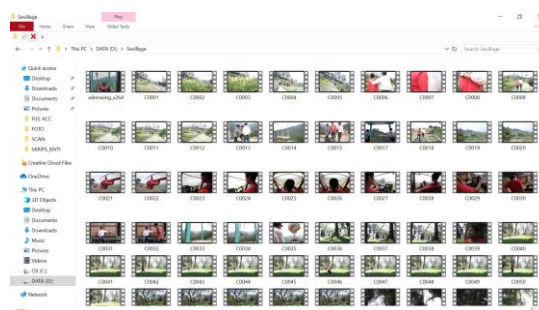
Gambar 20. Scene 8/ Menampilkan Logo Wisata Alam Seville, alamat, no telp, alamat dan media sosial.

3.3. Post Production

Post production merupakan tahapan akhir dari sebuah produksi yang sudah dikerjakan. Dimana tahapan ini adalah tahapan proses *editing* sebuah karya menjadi suatu *Film* yang utuh yang siap untuk dipublikasikan. Berikut tahapan-tahapan dari *Post Production*:

1. Digitizing

Tahapan *Digitizing* adalah tahapan proses perapihan dan pemindahan data dari kamera hasil *shooting* ke dalam laptop, untuk memilih pengambilan gambar dan *angle* yang terbaik yang akan digunakan. Tahapan *digitizing* ini bisa dilihat pada gambar 13 berikut:



Gambar 21. Digitizing

2. Editing

Tahapan *editing* ini dilakukan setelah tahapan *digitizing* dan memerlukan waktu yang lama karena harus menyusun video dan memotong video sesuai dengan yang diinginkan untuk menghasilkan *Film* yang utuh. Pada tahap editing ini, editor

menggunakan *software Adobe Premiere CC 2018* dan beberapa *software* pendukung lainnya seperti yang ada pada gambar 14 dibawah ini:



Gambar 22. *Editing*

3. *Mixing*

Mixing merupakan tahap penggabungan beberapa unsur *audio visual* seperti gambar, *visual effect*, dan *background*. Dengan penggabungan ini terciptalah *Film Wisata Alam Sevillage* yang jauh lebih menarik. Berikut gambar 15 tahapan *mixing*:



Gambar 23. *Mixing*

4. *Finishing*

Pada tahap *finishing*, *Editor* harus mengecek ulang agar tidak ada *file video* yang hilang atau rusak. Dan memastikan semua gambar, *background* dan *visual effect* tersusun rapi dan sesuai dengan susunan *Pre Production* (*Storyboard*, *Sinopsis*, dan *Script Writing*). Tahap *finishing* tertera pada gambar 16 berikut:



Gambar 24. *Finishing*

5. *Exporting*

Pada tahapan *exporting* adalah tahap terakhir setelah proses pembuatan suatu video. Jika video sudah selesai di-render dan siap untuk di *export* maka pada tahap ini menghasilkan video yang berkualitas baik. Pada tahap *exporting* *Film Wisata Alam*

Sevillage Ciloto berkualitas *Full HD 1920x1080 pixel* seperti pada gambar 17 yang tertera dibawah ini:



Gambar 25. *Exporting*

6. Segmen Pasar

Pada tahap segmen pasar ini merupakan tahapan target pasar yang akan dituju untuk menjangkau pangsa pasar daerah Kabupaten Cianjur, Jabodetabek dan jangkauan luas yaitu masyarakat seluruh Indonesia. Dengan adanya pemanfaatan Film pada Wisata Alam Sevillage Ciloto ini diharapkan akan menjadi daya tarik untuk meningkatkan wisatawan yang ingin berkunjung dan ingin mengetahui tentang jenis-jenis kegiatan dan keunggulan pada Wisata Alam Sevillage Ciloto. Dan diharapkan dengan adanya Film ini juga mencapai target pasar, meningkatkan wisatawan yang sebelumnya pada tahun 2019 sebanyak 300-500 orang perhari menurun menjadi 100-200 orang perhari, sehingga dengan adanya Film ini kedepannya diharapkan jumlah wisatawan bisa lebih meningkat lagi dari jumlah sebelumnya.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari Film Wisata Alam Sevillage Ciloto ini adalah sebagai sarana meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung, karena memiliki keunikan tersendiri dengan dikemas oleh teknik sinematografi yang indah dan menarik, sehingga orang yang menonton *Film* ini akan terbawa dengan suasana yang dibangun dalam *Film*. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu implementasi Film ini melalui Youtube Channel Wisata Alam Sevillage Ciloto dan media sosial yaitu Facebook dan Instagram Wisata Alam Sevillage Ciloto, serta menampilkan Film ini pada setiap kegiatan atau event didalam maupun diluar Wisata Alam Sevillage Ciloto.

5. SARAN

Dengan adanya *Film* ini disarankan kepada Wisata Alam Sevillage Ciloto untuk terus mengembangkan media informasi dan promosi dengan konsep yang menarik, kreatif dan inovatif bagi wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berwisata, dengan menambahkan dan mengembangkan lagi tampilan visual yang menarik dan informasi terupdate.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Septian, I Gusti Ngurah Agung Pramasurya Dwi. Gede Saindra Santyadiputra. I Made Agus Wirawan. 2017. *Film Dokumenter PTI : Rumahku (Sebuah Catatan, Sebuah Kisah)*. Bali : Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan. ISSN: 2541-0652. Vol. 12, No. 2.

- [2] Santyadiputra, G. S., Pradnyana, G. A., & Suardika, I. M. D. (2017). *Film Dokumenter Genggong “Sebuah Instrumen Musik Kuno”*. Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika: JANAPATI, 6(1), 60-69.
- [3] Hariyanto, A. F., Syafwandi, M. S., Afriwan, H., & Sn, S. (2018). *Perancangan Promosi Wisata Kota Medan Dalam Bentuk Media Audio Visual*. DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 7(2).
- [4] Saleh, Y. R., Arya, I. F., & Afriandi, I. (2016). *Film yang Efektif Sebagai Media Promosi Kesehatan bagi Masyarakat*. Jurnal Sistem Kesehatan, 2(2).
- [5] Sari, R. D., Hasyim, A., & Yanzi, H. (2017). *Pemanfaatan Film Perjuangan untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Bela Negara Siswa*. Jurnal Kultur Demokrasi, 5.