

Original article

VIDEO PROMOTION PREHISTORIC SITES ARCHAEOLOGY MUSEUM SANGIRAN

Harisna WAHYUDIHATI¹, Twin Agus PRAMONOJATI²

Universitas Telkom

¹*wahyudihatiharisna@gmail.com*

²*twinagus@tcis.telkomuniversity.ac.id.*

ABSTRACT

This design aims to promote the World Prehistoric Archaeological Museum Sangiran to Indonesian and foreign people through audio-visual media is videography, contains information about Sangiran as National Heritage and included in the World Heritage Site which has been initiated by UNESCO. Besides, as an instrument for the Preservation Hall Ancient Man Sangiran site that can be used directly for educational purposes. Object of this study is the people of Indonesia and Abroad. Methods of data collection are done through literature review, observation, interviews, and questionnaires. Based on the research results, there are still many Indonesian people who do not know about the existence of Sangiran, even people who come from Central Java. This is of course influenced by several factors, one of which is the absence of instruments that functioned to promote to the public Sangiran with audio and visual media. With creative design and innovative video in terms of the concept and the content of a video that is an embodiment of the instrument can be a multimedia audiovisual media campaign appealing to the public.

Keywords: Videography, Museum, Promotion, Sangiran

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki keanekaragaman suku bangsa, budaya, dan keindahan alam yang mempesona. Keindahan alam yang dimiliki oleh Indonesia menyimpan banyak sejarah dan ilmu pengetahuan. Salah satu bukti bahwa Indonesia memiliki keindahan alam yang menyimpan sejarah dan ilmu pengetahuan adalah ditemukannya sebuah situs arkeologi di Jawa Tengah. Situs ini diteliti pertama kali oleh Eugene Dubois seorang ahli Paleoantropologi dan geologi berkebangsaan Belanda pada tahun 1893. Kemudian pada tahun 1934 seorang paleontologi bernama Gustav Heinrich Ralph von Koenigswald melakukan eksplorasi dan penelitian lebih mendalam pada situs ini dan berhasil menemukan banyak artefak, fosil fauna, hingga fosil manusia purba.

Area situs Sangiran seluas 56 km² berada di kaki Gunung Lawu, Jawa Tengah, atau sekitar 15 km utara Surakarta di lembah Sungai Bengawan Solo. Mencakup tiga kecamatan di Kabupaten Sragen yaitu Kalijambe, Gemolong dan Plupuh serta Gondangrejo di Kabupaten Karanganyar.

Tahun 1977 situs Sangiran ditetapkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia sebagai cagar budaya, dan tahun 1996 Sangiran terdaftar dalam Situs Warisan Dunia UNESCO sebagai World Heritage (No.

593, dokumen WHC-96/Conf.201/21). Oleh karena itu Situs Sangiran menjadi prioritas sehingga perlu disusun *Master Plan* dan *Detail Engineering Design* Pengembangan Situs Sangiran. Dan akhirnya pada tahun 2007 Pemerintah membentuk Unit Pelaksana Teknis yang bertugas mengelola Situs Sangiran dan situs-situs sejenis lainnya di Indonesia. UPT tersebut diberi nama Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran (BPSMP). BPSMP bertanggung-jawab dan bernaung di bawah Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan [1].

Ditetapkannya Situs Sangiran sebagai cagar budaya oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia serta diakui sebagai warisan dunia oleh UNESCO tidak serta merta situs arkeologi yang kaya akan peninggalan prasejarah ini dikenal luas oleh masyarakat. Menurut hasil survei yang penulis lakukan, yaitu melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang terdiri dari masyarakat di berbagai kota di Indonesia, tidak sedikit masyarakat yang belum mengetahui tentang adanya Situs Sangiran beserta museumnya ini. Atau hanya sekedar mengetahui adanya situs ini di Indonesia namun tidak mengetahui nama dan keberadaannya. Bahkan responden dari masyarakat Jawa Tengah yang notabene merupakan wilayah dari lokasi Situs Sangiran, justru masih banyak yang belum tahu tentang Situs ini.

Adanya beberapa faktor yang menyebabkan ketidaktahuan masyarakat umum mengenai keberadaan Situs Arkeologi warisan dunia ini. Maka tentu saja akan menghambat bagi penyebaran ilmu pengetahuan tentang prasejarah dan nilai-nilai penting yang terdapat pada situs ini kepada masyarakat luas dari berbagai kalangan baik masyarakat sipil, para peneliti dan akademisi. Selain itu potensi pariwisata yang seharusnya dapat dikembangkan dan menjadi investasi bagi pemerintah daerah dan kota kurang dapat dimanfaatkan.

Di era saat ini hal yang kreatif dan inovatif sangat dibutuhkan untuk menjadi berbeda dan lebih diperhatikan. Harus ada media interaktif yang mampu mempromosikan Situs Sangiran agar masyarakat menjadi lebih tertarik sehingga ingin mengetahui lebih lanjut serta mengunjungi situs ini. Dan media yang mampu memberikan pengaruh tersebut salah satunya adalah media visual berupa video dengan paduan animasi gambar ilustrasi. Video dengan paduan animasi gambar ilustrasi menyampaikan pesan kepada masyarakat secara santai dan lebih menarik, terutama untuk para remaja dan kalangan pelajar yang notabene masyarakat dari golongan akademisi.

Situs Arkeologi Sangiran yang merupakan *World Heritage Site* belum diketahui oleh sebagian besar masyarakat Indonesia,

serta belum adanya promosi melalui media audio visual mengenai Situs Arkeologi Sangiran.

Rumusan masalah, adalah bagaimana membuat perancangan sebuah video untuk mempromosikan Situs Sangiran kepada masyarakat agar mereka mengetahui nilai-nilai edukasi yang terdapat pada situs ini dan tertarik untuk mengunjunginya.

2. METODE PENGUMPULAN DATA

Untuk mendapatkan data penelitian yang penyusun butuhkan secara lengkap dan valid, penyusun menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, antara lain yang pertama dengan metode observasi yaitu pengamatan langsung dari lapangan untuk mengetahui kondisi Museum Situs Sangiran saat ini dan untuk kepentingan pengumpulan data dan informasi mengenai sarana dan prasarana yang ada di Museum Situs Sangiran. Kedua, metode studi pustaka. Studi pustaka lebih ditekankan pada teori-teori awal mengenai berbagai hal yang berkenaan dengan proses perancangan seperti tentang video, sinematografi, dan kajian promosi. Ketiga, metode wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih faktual, detail, dan valid mengenai Situs Sangiran dan sejauh apa Situs Sangiran dipromosikan kepada masyarakat khususnya masyarakat

Indonesia. Keempat, dengan metode kuesioner yang bertujuan untuk memperoleh data berupa informasi mengenai pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Situs Sangiran. Disamping itu untuk mengetahui efektif atau tidaknya promosi yang telah dilakukan oleh pemerintah kota dan Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran selama ini tentang keberadaan Situs Sangiran.

3. TINJAUAN TEORI

Teori Multimedia, Video merupakan komponen dari multimedia. Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu(*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi [2].

Dalam perancangan video tak lepas dari aspek sinematografi. Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris *Cinematography* yang berasal dari bahasa Latin *kinema* 'gambar'. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide (dapat mengemban cerita) [3].

Teori *Storyboard*, *Storyboard* adalah sebuah metode yang digunakan dalam memvisualisasi antarmuka pengguna untuk mendapatkan umpan balik dari klien maupun pengguna sebelum mengimplementasi sebuah prototipe [4].

Storyline, adalah plot/alur dari sebuah buku atau film, sedangkan plot sendiri menurut Siti Sundari dalam Zainuddin [5], adalah keseluruhan rangkaian peristiwa yang terdapat dalam cerita. Sedangkan menurut Nurgiyantoro dalam buku "*Teori Pengkajian Fiksi*" mendefinisikan bahwa alur atau plot merupakan struktur peristiwa-peristiwa, yaitu sebagaimana yang terlihat dalam pengurutan dan penyajian berbagai peristiwa tersebut untuk mencapai efek artistik tertentu [6].

Tipografi. Menurut Menurut Adi Kusrianto tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non-cetak. Bidang periklanan sangat berkompeten dengan ilmu tipografi, karena bidang ini memanfaatkan aksara sebagai sarana utama penyampai pesan [7].

Ilustrasi, merupakan hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik *drawing*, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang

dimaksud dibandingkan dengan bentuk. Tujuannya adalah untuk menerangkan suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya agar lebih mudah dicerna. (Harman, 2010 : 1).

Warna, pada dasarnya adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi, yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia. [8].

Promosi. Menurut Grewal and Levy, Promosi sebagai komunikasi yang dilakukan oleh pemasar untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pembeli potensial akan produk atau jasa untuk mempengaruhi opini pembeli dan memperoleh respon dari pembeli [9].

Museum. Ali Akbar dalam bukunya yang berjudul *“Museum di Indonesia Kendala dan Harapan”*, memberikan definisi tentang museum sebagai tempat menyimpan koleksi baik alam maupun budaya dan aktivitas yang bertujuan untuk dapat dimanfaatkan seluas-luasnya oleh masyarakat umum, maka terkandung makna pemanfaatan museum dapat digunakan untuk aktivitas penelitian yang dilakukan di museum, baik terhadap koleksi benda museum, pengunjungnya, masyarakat di sekitar

museum, maupun terhadap aktivitas pengelolaannya yang meliputi organisasi, kepemimpinan, sarana dan prasarana, pameran, dan lainnya [10].

Pariwisata. Menurut Pendit: Pariwisata merupakan suatu sektor yang kompleks, yang juga melibatkan industri-industri klasik, seperti kerajinan tangan dan cinderamata, serta usaha-usaha penginapan dan transportasi [11].

Komunikasi Visual. Menurut Agus Sachari, dalam bukunya yang berjudul pengantar *“Metode Penelitian Budaya Rupa dan Desain (Arsitektur, Seni Rupa, dan Kriya)”*, komunikasi visual, sesuai namanya, adalah komunikasi melalui penglihatan. Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya [12].

Komunikasi Massa. Menurut Bittner komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang [13]. Sedangkan menurut Jay Black dan Frederick C. Witney disebutkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi

secara massal disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonym, dan heterogen [14].

Orkestra, adalah sekelompok musisi yang memainkan alat musik bersama. Mereka biasanya memainkan musik klasik. Istilah orkestra menurut John Spitzer, pada masa Yunani dan Romawi kuno menunjuk ke tentang tingkatan dasar dari sebuah panggung terbuka. Pada awal abad ke XVII tempat ini digunakan untuk menempatkan para pemain musik yang mengiringi nyanyian dan tarian. Selanjutnya pada abad XVIII arti dari istilah 'orkestra' diperluas untuk para pemain musik sendiri dan sebagai identitas mereka sebagai sebuah *ensemble* [15].

4. DATA DAN ANALISIS

4.1 Data

Lembaga Terkait (Situs Sangiran)

Situs Sangiran merupakan situs Arkeologi yang berlokasi di Jawa Tengah yang dikelola oleh Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran (BPSMPS) sebagai Unit Pelaksana Teknis di lingkungan Kementerian Museum Manusia Purba Sangiran terletak di kawasan Situs Sangiran, di Desa Krikilan, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Sekitar 17 Km ke arah utara Solo.



Gambar 1. Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran
Sumber : Dokumentasi Penulis

Visi dan Misi

Adapun visi pengembangan Situs Sangiran adalah menjadi pusat informasi peradaban manusia purba bertaraf internasional. Di dalamnya terkandung misi untuk: (1) Mewujudkan pelestarian tinggalan alam dan tinggalan budaya Situs Sangiran dalam fungsinya sebagai laboratorium dan pusat informasi tentang kehidupan manusia untuk mendukung pengembangan ilmu pengetahuan, sejarah dan kebudayaan. (2) Mewujudkan usaha-usaha pengembangan kawasan Situs Sangiran sebagai destinasi pariwisata dunia yang bertumpu pada daya tarik dan informasi peradaban manusia (*The Early Man Site*) yang dikelola secara berkelanjutan dan memberikan nilai manfaat signifikan bagi masyarakat. (3) Mengembangkan kawasan Situs Sangiran sebagai destinasi pariwisata dunia yang mampu mendorong pengembangan wilayah dan pertumbuhan kegiatan pariwisata di

destinasi-destinasi pariwisata sekitarnya [16].

Tugas dan Fungsi. Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran mempunyai tugas dan fungsi sebagai berikut: (1) Melaksanakan pengamatan, penyelamatan, dan penertiban peninggalan purbaka bergerak dan tidak bergerak yang berada di lapangan maupun tersimpan di ruangan. (2) Melakukan perawatan dan pengawetan peninggalan purbakala bergerak dan tidak bergerak yang berada di lapangan maupun tersimpan di ruangan serta penataan lahan dan penentuan zona situs. (3) Melakukan survey dan ekskavasi peninggalan purbakala bergerak maupun tidak bergerak. (4) Melaksanakan inventarisasi dan registrasi peninggalan purbakala bergerak dan tidak bergerak yang berada di lapangan maupun tersimpan di ruangan. (5) Melaksanakan analisis laboratorium peninggalan sejarah dan purbakala Situs Sangiran. (6) Melaksanakan penyajian koleksi dan pelayanan teknis peninggalan sejarah dan purbakala Situs Sangiran. (7) Melaksanakan dokumentasi dan publikasi situs, kawasan situs, dan peninggalan purbakala bergerak maupun tidak bergerak, serta situs dan kawasan. (8) Melaksanakan kemitraan dan fasilitasi di bidang perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan situs manusia purba. (9) Melaksanakan urusan ketatausahaan Balai Pelestarian Situs Manusia Purba

Sangiran. (10) Melakukan koordinasi dengan unit organisasi di lingkungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten, Pemerintah Kota, Perguruan Tinggi, dan Lembaga Internasional.

Data Khalayak Sasaran

Demografis. Secara demografis khalayak sasaran adalah laki-laki dan perempuan yang berusia 7-40 tahun, yang termasuk golongan masyarakat pelajar (SD, SMP, SMA), mahasiswa, dan umum dengan kelas ekonomi menengah ke atas.

Geografis. Sedangkan secara geografis khalayak sasaran adalah masyarakat Indonesia dan Mancanegara.

Psikografis. Secara psikografis khalayak sasaran adalah masyarakat yang berencana untuk berwisata, atau masyarakat yang berencana untuk mengunjungi museum.

Behavioral. Secara behavioral khalayak sasaran adalah masyarakat pengguna internet, atau masyarakat pengguna media sosial, atau masyarakat yang mengikuti pameran atau sosialisasi Situs Sangiran.

4.2 Analisis

Analisis Wawancara dan Kuisisioner

Hasil wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dan kesimpulan mengenai media promosi Situs Sangiran

yang sudah ada sebelumnya dan pengelolaannya. Analisis ini berfungsi sebagai bahan referensi perancangan materi video. Hasil kuesioner kepada para *audience* yang terdiri dari 110 responden didominasi oleh Mahasiswa atau Mahasiswi, yaitu sebanyak 86 orang responden guna mendapatkan informasi mengenai pengetahuan masyarakat terhadap Situs Sangiran. Analisis ini berfungsi sebagai bahan pertimbangan dalam pematangan konsep video yang disesuaikan dengan minat masyarakat.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mencari permasalahan yang dihadapi oleh Situs Sangiran. Dari analisis tersebut disimpulkan beberapa alternatif dalam pengembangan Situs Sangiran. Dan perancangan video promosi inilah yang menjadi implementasi dari strategi pengembangan dengan metode mengejar *opportunities* (*Weaknesses-Opportunities*), yaitu meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil peluang dan keuntungan yang ada. Situs Sangiran memiliki kelemahan yaitu belum memiliki media promosi yang berbasis audio visual, sedangkan peluang yang ada adalah Situs Sangiran sebagai Cagar Budaya Nasional, *World Heritage*, serta Objek Vital Nasional di bidang Kebudayaan dan Pariwisata, menjadikan Situs Sangiran berpotensi untuk menjadi objek wisata edukatif, berbudaya, dan bertaraf internasional.

5. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

5.1 Konsep Perancangan

Konsep Pesan

Pesan yang akan disampaikan di dalam video ini adalah mempromosikan Situs Sangiran melalui media *audio visual* yang kreatif, artistik dan komunikatif. Pesan diwujudkan dalam bentuk *visual* berupa *scene-scene* yang memberikan informasi kepada *audience* tentang apa saja yang ada di dalam Situs Sangiran sehingga dengan gambaran tersebut diharapkan masyarakat tertarik untuk mengunjunginya. Sedangkan fungsi *audio* dalam video ini adalah sebagai penggerak emosi dan perasaan dalam penyampaian pesan kepada *audience*, sehingga isi pesan lebih tersampaikan dengan baik.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif perancangan video promosi Situs Sangiran terdiri dari beberapa elemen, antara lain konsep kreatif pada tahapan-tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi, narasi dan musik yang digunakan, serta *storyline*.

Proses Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi

Pada proses pra produksi dimulai dengan melakukan observasi langsung ke Situs Sangiran yang bertujuan untuk mengetahui keadaan lapangan, sehingga penulis mendapat gambaran tempat-

tempat atau ruang-ruang mana saja yang bagus dan tepat untuk dijadikan *spot* pengambilan gambar. Pembuatan *storyline*, yaitu alur atau plot yang akan diciptakan di dalam isi video Situs Sangiran, pembuatan *storyboard*, yaitu representasi *storyline* dalam wujud gambar, melakukan pencarian materi-materi yang mendukung kelengkapan video seperti musik yang akan digunakan sebagai latar belakang maupun *font* yang akan digunakan sebagai teks narasi.

Pada tahap produksi yaitu melakukan pengambilan gambar atau *shooting*. *Shooting* dilakukan di dua tempat antara lain di kawasan Situs Sangiran meliputi Museum Sangiran dan Menara Pandang, serta di beberapa tempat di wilayah Kota Solo.

Setelah proses produksi berakhir, maka diteruskan dengan proses pasca produksi yaitu *editing*. Untuk pengolahan potongan-potongan gambar hasil dari proses *shooting*, penulis menggunakan aplikasi *Adobe After Effect* dan *Adobe Premiere Pro*.

Narasi dan Musik

Konsep dari video promosi ini tidak menggunakan *dubbing*, melainkan dengan teks narasi *bilingual*, yaitu bahasa Inggris dan Indonesia. Dengan konsep yang demikian maka penulis harus mempersiapkan musik latar terbaik yang sesuai dengan tema dan tujuan

pembuatan video, yaitu untuk mempromosikan Situs Sangiran.

Jenis musik instrumental orkestra dengan tema epik menjadi pilihan penulis untuk materi audio. Dengan musik latar ini maka pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima oleh *audience*. Pemilihan musik ini sendiri ditujukanagar saat melihat video promosi ini,tidak hanyadapat menarik perhatiansecara visual namun juga melalui audio yang dapat mempengaruhi perasaan dan emosional *audience*.

Adapun musik instrumental orkestra yang digunakan dalam video ini adalah *Road to Glory* dan *Breath and Life* pada album *Chronicles* karya Audiomachine. Kedua musik instrumental tersebut selain sangat epik dan menggugah emosi karena memiliki tempo cepat, juga sangat mewakili *sense* dan *taste* dari tema dan isi video promosi Situs Sangiran.

Konsep Visual

Pada perancangan video ini meliputi elemen warna, tipografi, ilustrasi, *storyboard*, dan aspek sinematografi yang terdiri dari penggunaan teknik gerakan kamera, komposisi gambar berdasarkan *Point of Interest*, komposisi gambar berdasarkan *Field of View*, dan *Camera Angle*.

Warna, yang akan muncul pada *shooting outdoor* adalah warna-warna cerah

seperti biru, abu-abu, dan putih. Sedangkan warna yang akan muncul pada *shooting indoor* lebih kepada warna-warna hangat seperti oranye, coklat, dan *cream*. Sebenarnya tidak ada warna tertentu yang dominan dalam peyajian video ini. Mulai dari proses *shooting* hingga *editing* diolah apa adanya dan senatural mungkin seperti keadaan Museum Sangiran yang sesungguhnya. Timbulnya warna pada hasil video dipengaruhi oleh faktor objek pengambilan gambar dan pencahayaan. Dalam hal ini *shooting indoor* maupun *outdoor*, dilakukan tanpa bantuan pencahayaan tambahan, karena dinilai pencahayaan yang ada sudah cukup.

Selain warna-warna yang muncul pada *scene-scene* dari proses *shooting*, terdapat juga *blank scene* sebagai latar belakang teks pembuka, *scene* tersebut memiliki elemen warna dari perpaduan warna coklat dan kuning yang membur membentuk tekstur kertas.

Tipografi. Video ini disajikan dengan sisipan tipografi pada *scene* tertentu, antara lain pada *opening* sebagai kata pengantar bersifat persuasif, menyajikan informasi tentang keberadaan Situs Sangiran dan fakta-fakta fenomenal tentang Situs Sangiran, sehingga menjadi menjadi faktor penarik bagi masyarakat sebagai *audience* untuk berkunjung ke Situs Sangiran, pada *main body* sebagai teks pendukung, dan pada bagian *credits*

yang berisi informasi tambahan. Adapun jenis *font* yang melengkapi elemen *visual* video ini adalah jenis *font Optimus Princeps, Accidental Presidency, dan Veteran Typewriter*.

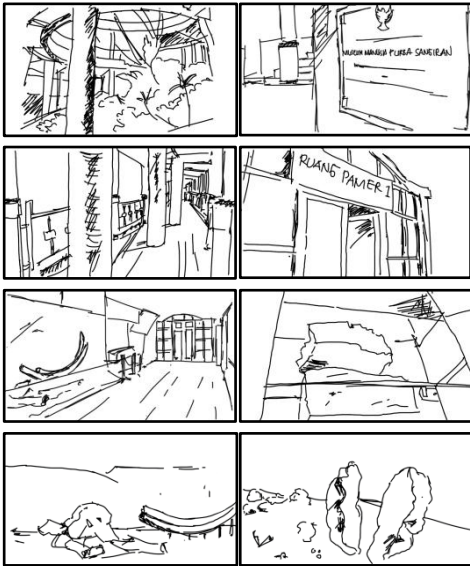
Ilustrasi. Video promosi Situs Sangiran ini, tidak hanya menayangkan *scene-scene* berupa gambar asli hasil proses *shooting*, akan tetapi terdapat tambahan gambar ilustrasi di setiap transisi antar *scene* pada bagian *opening* video.



Gambar 2. Ilustrasi Gedung Ruang Pamer 3 dari Kejauhan
Sumber : Dokumentasi Penulis

Storyboard. Gambar 3 adalah beberapa sketsa *storyboard* perancangan video promosi Situs Sangiran:

Gerakan Kamera. Dalam pengambilan gambar untuk menghasilkan *scene-scene* yang sederhana namun pesan tetap tersampaikan, maka sebagian besar menggunakan teknik gerakan kamera *paning* meliputi *pan right* dan *pan left*, selebihnya menggunakan teknik *tilt up*, *zoom in*, dan *rack focus*.



Gambar 3. Sketsa *Storyboard* Perancangan Video Promosi
Sumber : Dokumentasi Penulis

Komposisi Berdasarkan *Point of Interest*.

Berdasarkan *Point of Interest*, komposisi *rule of third* akan mendominasi sebagian besar pengambilan gambar, karena komposisi ini menampilkan kesan kerapihan dan tidak terlalu kompleks sehingga pesan pada *scene* mudah dipahami meskipun dengan durasi pendek. Selibhnya menggunakan komposisi garis (*line*), bentuk (*shape*), kesederhanaan (*simplicity*), *golden tringle*, dan keseimbangan (*balance*).

Komposisi Berdasarkan *Field of View*.

Berdasarkan *field of view*, video ini menggunakan berbagai jenis komposisi, antara lain *Extreme Long Shot*, *Long Shot*, *Medium Long Shot*, *Medium Shot*, *Medium Close Up*, dan *Close Up*. Pengambilan gambar dengan berbagai

komposisi ini dipertimbangkan dan disesuaikan dengan tujuan dibuatnya *scene* objek tertentu, juga pesan yang akan disampaikan melalui *scene* tersebut.

Camera Angle. *Camera Angle* yang digunakan dalam video ini antara lain *normal angle*, *low angle*, dan *high angle*. *Normal angle* digunakan karena pengambilan gambar didominasi oleh objek-objek tidak bergerak dan suasana. Sedangkan *low angle* difungsikan untuk menimbulkan kesan tangguh dan kokoh, dalam video ini digunakan untuk pengambilan gambar gedung dan gapura. *High angle* bermanfaat dalam menciptakan sebuah gambar objek yang memiliki kesan luas, dan menampakkan bentuk objek terlihat keseluruhan.

Konsep Media

Konsep media dalam perancangan video ini meliputi aplikasi *editing*, aplikasi video *playing*, *video sharing*, serta desain stiker dan sampul video.

Aplikasi *Editing*

Untuk proses *editing* video penulis menggunakan aplikasi *Adobe After Effect* dan *Adobe Premiere Pro*. Sedangkan untuk pembuatan ilustrasi menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop*. Resolusi gambar yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah PAL HDV 1280 x 720. Dengan resolusi tersebut,

maka gambar terlihat luas, dan kualitas gambar cukup baik serta tidak pecah.

Aplikasi Video Player

Video promosi ini dapat di *play* langsung pada aplikasi pemutar video di komputer seperti *Winamp, Windows Media Player, GOM Player, QuickTime Player, VLC Player,* dan sebagainya. Atau dapat juga di *play* pada alat pemutar video seperti *VCD* atau *DVDplayer*.

Di samping itu, video ini akan diaplikasikan pada *website* resmi Situs Sangiran, dan *official account* Situs Sangiran pada Youtube dan Facebook. Dari tiga *channel* tersebut, maka video ini dapat di disebarluskan dengan cara melakukan *share link*. Selain melalui *channel* tersebut video promosi ini akan dipublikasikan oleh BPSMP Sangiran kepada masyarakat melalui pameran tahunan, sosialisasi, dan kunjungan ke sekolah-sekolah.

Video Sharing

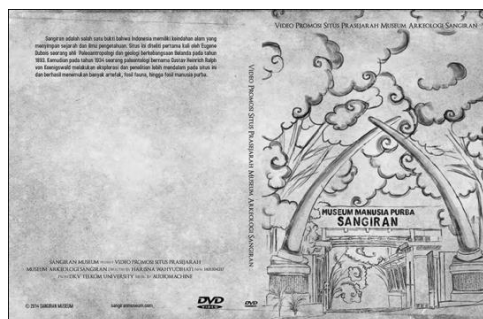
Dengan diaplikasikannya video ini ke beberapa *channel* seperti *website, Youtube,* dan *Facebook,* maka dapat dilakukan *share link* untuk menyebarkan. *Share link* dapat dilakukan ke media sosial seperti *Twitter, Instagram, Path, Blackberry Messenger, Line,* dan sebagainya. Sehingga manfaat video ini sebagai media *audio visual* dalam rangka mempromosikan Situs Sangiran dapat tercapai. Lebih banyak

masyarakat yang melihat video ini maka akan lebih banyak masyarakat yang mengetahui Situs Sangiran dan tentunya akan lebih banyak juga masyarakat yang tertarik untuk mengunjunginya.

Berikut ini adalah desain stiker dan *cover* CD video promosi Situs Sangiran:



Gambar 4. Stiker CD
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 5. Desain Cover CD
Sumber : Dokumentasi Penulis

5.2 Hasil Perancangan

Berikut ini adalah beberapa *screenshot* hasil perancangan video promosi Situs Sangiran:



Gambar 6. *Scene 17* – Gapura pintu masuk Museum Sangiran



Gambar 7. *Scene 21* – Teks narasi “SANGIRAN, The Homeland Of Java Man”
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 8. *Scene 3* – Teks narasi “A Part Of The Largest Archipelago In The World”
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 9. *Scene 27* – Suasana Ruang Pamer 1
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 10. *Scene 44* – Fosil tengkorak Homo Erectus, disertai teks narasi
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 11. *Scene 53* – Suasana teras gedung Ruang Pamer 3
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 12. *Scene 55* – Aneka cinderamata yang dijual di Museum Sangiran, disertai teks narasi
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 13. *Scene 56* – Koridor tangga menuju gedung Ruang Pamer 3, Taman, dan Gazebo
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 14. *Scene 60* – Ilustrasi Gedung Ruang Pamer 3 dari kejauhan
Sumber : Dokumentasi Penulis

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan. Dari hasil perancangan Tugas Akhir ini, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan, antara lain: (1) Situs Sangiran membutuhkan media promosi yang mencakup masyarakat luas dan mudah diakses. (2) Media promosi berbasis audio visual merupakan solusi dari kebutuhan media promosi Situs Sangiran. (3) Video promosi Situs Sangiran memberikan manfaat salah satunya yaitu menarik rasa keingintahuan masyarakat terhadap Situs Sangiran melalui elemen audio dan visual yang disajikan. (4) Diharapkan melalui video promosi ini memberikan pengetahuan yang lebih bagi masyarakat mengenai Situs Sangiran.

Saran. Berikut ini merupakan beberapa saran yang disampaikan kepada penulis dalam perancangan video promosi Situs Sangiran: (1) Segmentasi sasaran proyek karya lebih dikerucutkan dan difokuskan. (2) Penggunaan musik latar belakang harus melalui perijinan dari pencipta atau *composer*. (3) Penyajian narasi video dalam bentuk teks perlu diperhatikan, seperti ukuran dan warna huruf, durasi saat ditampilkan, dan susunan teks. (4) Durasi bagian *opening* video lebih baik dipersingkat.

7. REFERENSI

- [1] BPSMP Sangiran, *Sejarah BPSMP Sangiran*, <http://sangiranmuseum.com/>, 7 April 2014, 08:00 PM.
- [2] Hofstetter, Fred T., (2001), *Multimedia Literacy | Third Edition*, McGraw-Hill International Edition, New York.
- [3] Frost, J. B., (2009), *Cinematography for Directors: A Guide for Creative Collaboration*, Michael Wiese Production, Studio City, California.
- [4] Dastbaz, Mohammad, (2003), *Designing Interactive Multimedia System*, McGraw-Hill, New York.
- [5] Fananie, Zainuddin, (2000), *Telaah Sastra*, Muhammadiyah University Press, Surakarta.
- [6] Nurgiyantoro, Burhan, (2002), *Teori Pengkajian Fiksi*, Universitas Gajah Mada Press, Yogyakarta.
- [7] Kusrianto, Adi, (2007), *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, ANDI, Yogyakarta.
- [8] Wirya, Iwan, (1999), *Kemasan yang Menjual*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- [9] Grewal, Dhruv and Michael Levy, (2008), *Marketing*, The McGraw-Hill, USA.
- [10] Akbar, Ali, (2010), *Museum di Indonesia: Kendaladan Harapan*, Papas Sinar Sinanti, Jakarta.
- [11] Pendit, Nyoman S., (1990), *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- [12] Sachari, Agus, (2005), *Pengantar Metode Penelitian Budaya Rupa dan Desain (Arsitektur, Seni Rupa, dan Kriya)*, Erlangga, Jakarta.
- [13] Ardianto, Evinaro., et.al., (2004), *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- [14] Nurudin, (2007), *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- [15] Anonim, *Apa itu Orkestra*, <http://itbstudentorchestra.com>, 28 April 2014, 08:47 PM.
- [16] Buklet, *Sangiran The Homeland of Java Man*, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata | Direktorat Sejarah dan Purbakala | Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran.

