

Media Video Sebagai Sarana Promosi Pada Kasaya Equestrian Kabupaten Tangerang

Po Abas Sunarya*¹, Ruli Supriati², Ricka Anggie Fadyla³

¹ Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Raharja

^{2,3} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja

Email: *¹abas@raharja.info, ²ruli@raharja.info, ³ricka.anggie@raharja.info

Abstrak

Banyak bisnis dan instansi pemerintah menggunakan teknologi sebagai bentuk promosi yang dirancang untuk menarik minat pengunjung. Seperti salah satunya, Kasaya Equestrian yang dulu hanya menggunakan sign system dan media sosial sebagai bentuk promosi yang kurang efektif. Kasaya Equestrian merupakan tempat latihan berkuda yang menyediakan 12 kuda dari 2 jenis, kuda lokal dan kuda silang. Kasaya Equestrian yang berlokasi di Legok, Tangerang, dan Banten 15820 ini mengalami penurunan customer diakibatkan pandemi covid-19 yang membatasi jumlah pengunjung. Karenanya penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai profil dan layanan, kuda dan hewan, fasilitas, keunggulan dan event yang diadakan di Kasaya Equestrian dalam bentuk iklan untuk meningkatkan jumlah pelanggan Kasaya Equestrian. Sehubungan dengan permasalahan di atas, diperlukan video promosi untuk melengkapi data informasi. Metode penelitian ini adalah pengumpulan data, analisis SWOT, perancangan media, dan produksi media (KPM). Ini termasuk pre produksi, produksi, dan paska produksi memakai perangkat lunak pendukung Adobe Priemiere Pro CC 2017, Adobe Audition CC 2017, dan Adobe After Effects CC 2017. Video promosi ini nantinya diupload melalui YouTube dan media sosial. Bantu Kasaya Equestrian meningkatkan pengunjung melalui video promosi.

Kata Kunci: Video Promosi, Equestrian, Kuda

Abstract

Many businesses and government entities employ technology as a means of attracting visitors. Kasaya Equestrian, like one of them, formerly relied solely on the sign system and social media for promotion. Kasaya Equestrian is a horse training facility that has 12 horses of two types: local and cross. Because of the COVID-19 virus, which has limited the number of tourists, Kasaya Equestrian, which has points in Legok, Tangerang, and Banten 15820, has seen a decline in consumers. In order to increase the number of Kasaya Equestrian customers, this study provides data in the form of profile and services, horses and animals, facilities, advantages, and events hosted at Kasaya Equestrian in the form of ads. In light of the following problems, a promotional video is required to round out the facts. Data gathering, SWOT analysis, media design, and media production are amongst the research methods used (KPM). This includes pre-production, production, and post-production utilizing Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe Audition CC 2017, and Adobe After Effects CC 2017 and other supporting software. This promotional video will be posted on social media and on YouTube. With promotional videos, help Kasaya Equestrian in increasing density.

Keywords: Promotional Video, Equestrian, Horse

1. PENDAHULUAN

Video “video adalah alat bantu yang menampilkan audiovisual yang berisi informasi, yang diantaranya adalah konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi pembelajaran untuk menambah wawasan dari materi pembelajaran tersebut”^[1]

Informasi “Informasi adalah akumulasi ilmu pengetahuan yang berkontribusi pada kerangka umum dan fakta yang diketahui”.^[2]

Kasaya *Equestrian* adalah tempat latihan berkuda yang lokasinya di Jalan Haji Sa’at Kemuning, Kecamatan Legok, Tangerang, Banten 15820, yang menyediakan 12 kuda dengan 2 jenisnya yaitu kuda lokal dan kuda silang, untuk pengunjung yang ingin belajar dan olahraga berkuda. tempat latihan berkuda ini memiliki pelatih yang sangat *professional*. Selain tempat arena berkuda, Kasaya *Equestrian* juga memiliki satwa lain seperti burung kakak tua, *love bird*, iguana dan kelinci untuk menghibur anak - anak yang sedang berkunjung. Kasaya *Equestrian* menyediakan tempat untuk dapat mengadakan acara/event seperti *Wedding*, *Prewedding*, *Engagement*, *Birthday Party*, Reuni, *Family Gathering* dan *Office Gathering*, Yoga. Selain itu juga memiliki *Eatery and Space*, *Playground* dan *Archery*. Event yang pernah diadakan di Kasaya *Equestrian* adalah acara *Birthday Party*, *Gathering Family*, *Gathering Office*, *Prewedding*, Yoga dan Reuni. Dan target untuk Kasaya *Equestrian* adalah adanya Acara besar seperti *Wedding* dan *Engagement*. Jam operasional pada Kasaya *Equestrian* yaitu Selasa - Akhir pekan jam 09:00 - 17:00 WIB. Sedangkan untuk Kasaya *Coffe full day* jam 09.00 – 20.00 WIB.

Permasalahan yang terdapat di Kasaya *Equestrian* yaitu, dalam kegiatan promosi sebelumnya hanya menggunakan media desain papan nama lokasi, mengikuti perlombaan berkuda di beberapa tempat pacuan kuda untuk menambah relasi atau *customer* dan promosi melalui *social media* yaitu *Instagram* yang belum *update*, lengkap dan menarik. Terlebih lagi, Kasaya *Equestrian* juga belum mempunyai media promosi berbentuk *video*.

Penelitian ini bertujuan untuk dapat menghasilkan media promosi yang sangat menarik dan *inovatif*, untuk daya tarik promosi dan membantu bagian marketing sehingga mampu meningkatkan jumlah pengunjung pada Kasaya *Equestrian* setiap tahunnya.

2. METODE PENELITIAN

Penulis menyusun penelitian ini dengan metode berupa pengumpulan data (observasi, wawancara, studi Pustaka) kemudian memakai aplikasi *Adobe Premiere Pro CC 2017*, *Adobe Audition CC 2017*, dan *Adobe After Effect CC 2017*. Dan metode Konsep Produksi Media (Pre-Produksi, Produksi dan Paska Produksi).

Literature Review

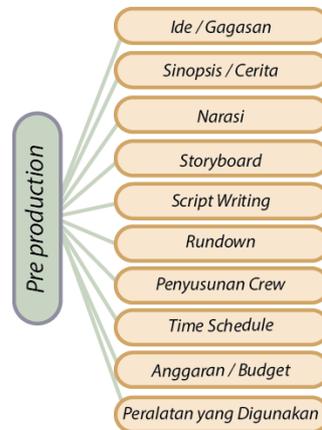
Berikut adalah beberapa refrensi penulis dalam menyusun penelitian ini:

1. Didalam Penelitian Kusuma, dkk (2020) “*Pendampingan dan Pembuatan Video Profil Untuk Promosi Wisata Didesa Cisantama Kabupaten Kuningan*” Tujuannya untuk daya tarik pariwisata terhadap masyarakat atau wisatawan.^[3]
2. Penelitian Desmira, dkk (2021) dengan judul “*Video Promosi Wisata Cikal Adventure dikecamatan Padarincang*” penelitian ini sebagai promosi kekhlayak tentang wisata Cikal Adventure melalui *video*.^[4]
3. Penelitian yang dibuat Andhika dan Achmad (2019) “*Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube Untuk Meningkatkan Dayatarik Wisata Ke Provinsi Kalimantan Selatan*” yaitu meningkatkan minat wisatawan.^[5]
4. Penelitian yang dibuat oleh Razak (2020) “*Visit Truly Asian Malaysia*”: *Analysing Vmy 2020 Touris Promotional video*” Bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana otoritas pariwisata nasional Malaysia.^[6]
5. Artikel ilmiah yang dibuat Kusumastuti, *et al* (2020) “*Promotion Activities for Curug Rahong Touris Village to Boost Tourist Arrival*” untuk mengeksplorasi lebih lanjut kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Curug Rahong pengelolaan desa wisata.^[7]
6. Penelitian dilakukan oleh Nikolskaya, *et all* (2020) dengan judul “*Strategi For The Promotion of a Touris Produc in The International Market*” Tujuan dari penelitian ini adalah membenarkan strategi promosi pariwisata pasar produk internasional.^[8]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pra Produksi

Pra produksi meliputi ide dan gagasan, sinopsis, narasi, *storyboard*, *script writing*, *rundown*, penentuan kru yang terlibat dalam proses produksi, penjadwalan, anggaran, dan peralatan yang digunakan. Ini adalah proses desain video yang terdiri dari 10 tahap pre-produksi:



Gambar 1. Pra Produksi

1. Ide

Tahap awalan dimulainya sebuah konsep produksi media. *Video* promosi Kasaya *Equestrian* ini menampilkan informasi mengenai Profil dan pelayanan, kuda dan satwa, fasilitas, keunggulan dan *event-event* yang ada di Kasaya *Equestrian* yang dikemas dengan *audiovisual*, *music*, *voice over*, dan *visual effect* sehingga menarik perhatian pengunjung atau wisatawan dan masyarakat.

2. Sinopsis

Ringkasan dari sebuah cerita. Dalam langkah ini mengandung judul, tokoh, latar dan alur cerita yang nantinya menjadi rangkaian cerita. Berikut sinopsis dari *video* promosi Kasaya *Equestrian*:

“Seorang pengunjung datang ke Kasaya *Equestrian* untuk berwisata menaiki kuda. Saat dipintu masuk, pengunjung diberi sambutan oleh salah satu petugas Kasaya *Equestrian*. Untuk mentaati aturan protokol kesehatan, pengunjung akan di cek suhu dan mencuci tangan sebelum memasuki area berkuda di Kasaya *Equestrian*. Jika hasil suhu mereka sudah layak untuk persyaratan masuk area Kasaya *equestrian*, mereka sudah bisa menikmati fasilitas dan menaiki kuda. Pengunjung dipandu oleh petugas untuk menaiki kuda. Selain kuda, Kasaya *Equestrian* memiliki fasilitas lain seperti memanah, *stable playground*, *gallery shop*, *live music*, *eatery and space*. Kasaya *Equestrian* juga memiliki satwa lain seperti burung kakak tua, *lovebird*, dan kelinci. Kasaya *Equestrian* bisa mengadakan acara seperti *wedding*, *prewedding*, *engagement*, *birthday party*, *reuni*, *gathering family*, *gathering office*, dan *yoga*.”

3. Narasi

Narasi berasal dari Cerita. Cerita adalah uraian kronologi berupa fakta, maupun fiksi. Narasi *video* Kasaya *Equestrian* yaitu:

“Kasaya *Equestrian* // tempat latihan berkuda / yang berlokasi di Jalan Haji Sa’at Kemuning / Kecamatan Legok Tangerang Banten ini / bisa menjadi tempat liburan yang menyenangkan bersama keluarga / maupun teman-teman // Kasaya *Equestrian* selalu memperhatikan kondisi kebersihan dan kesehatan kuda loh / jadi kamu tidak

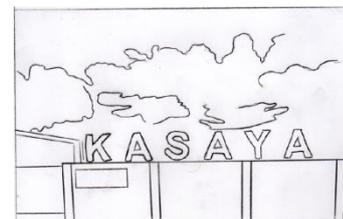
perlu takut lagi untuk menunggangi kuda // bukan hanya itu saja / Jika kamu datang ke sini / kamu akan mendapatkan pelayanan yang baik / tempat yang didesain nyaman, bersih dan juga memiliki konsep yang instagramable // Kasaya Equestrian memiliki pelatih yang sangat profesional // sehingga kamu dan keluarga maupun teman teman bisa berlibur seru// selain arena berkuda kasaya equestrian memiliki fasilitas diantaranya // archery / stable / playground / gallery shop / live music / cafe dan restonya juga mempunyai menu unggulan / seperti nasi ayam telur asin / nasi timbel kasaya / es kopi kasaya / dan kasaya blue // Kasaya Equestrian juga memiliki satwa lain / seperti burung kakak tua / love bird / iguana / dan kelinci // Kasaya Equestrian adalah pilihan yang sangat tepat / Untuk mengadakan acara seperti // Prewedding / Engagement / Birthday Party / Yoga dan event event lainnya seperti Wedding / Reuni / Gathering Office / dan Gathering family // Bagi kamu yang gemar berkuda atau ingin mencoba menunggangi kuda / yuk datang ke Kasaya Equestrian //”

4. Storyboard

Storyboard adalah sketsa gambar yang di sertai oleh deskripsi dan keterangan gambar dalam proses shooting.



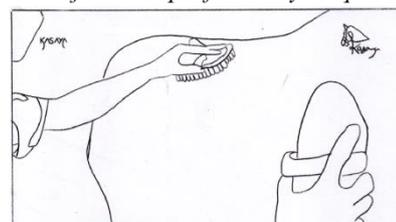
Gambar 2. Scene 1/ Opening Bumper Kasaya Equestrian



Gambar 3. Scene 2/ EXT/ Day/ High Angle/ Menampilkan footage gerbang masuk dan menjelaskan profil Kasaya Equestrian.



Gambar 4. Scene 3/ Menampilkan maps Kasaya Equestrian.



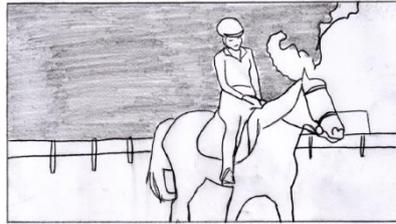
Gambar 5. Scene 4/ INT/ Day/ Close Up/ Menampilkan video footage pegawai sedang merawat kuda.



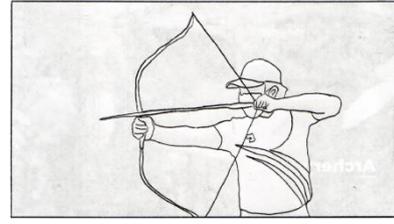
Gambar 6. Scene 5 / EXT / Day/ Close Up/ Menampilkan video model sedang cek protokol kesehatan.



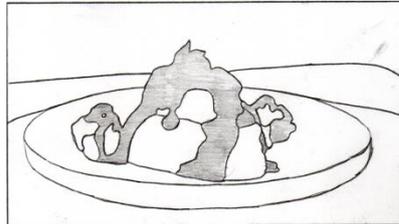
Gambar 7. Scene 6 / INT / Day/ Close Up/ Menampilkan model sedang memakai perlengkapan berkuda.



Gambar 8. *Scene 7 / EXT/ Day/ Long shot/* Menampilkan *video footage* pengunjung sedang berkuda.



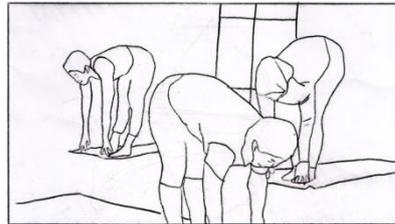
Gambar 9. *Scene 8 / EXT/ Day/ Medium Shot/* Menampilkan *video Coach* memanah.



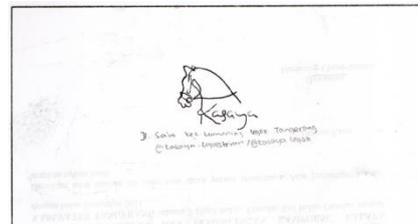
Gambar 10. *Scene 9 / EXT/ Day/ Extreme Close Up/* Menampilkan *video footage* makanan dan minuman yang ada di *Kasaya Equestrian*.



Gambar 11. *Scene 10 / EXT/ Day/ Close Up/* Menampilkan *video* mini satwa.



Gambar 12. *Scene 11 / EXT/ Day/ Medium Shot/* Menampilkan *video event-event* yang ada di *Kasaya Equestrian*.



Gambar 13. *Scene 12 /* Menampilkan *Identitas Kasaya Equestrian*.

5. Script Writing

Berikut adalah *Script Writing video* promosi *Kasaya Equestrian*:

Tabel 1. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1.	Menampilkan opening bumper <i>Kasaya Equestrian</i>	<i>Music</i>
2.	Menampilkan <i>video footage</i> gerbang masuk dan menjelaskan profil <i>Kasaya Equestrian</i>	<i>Kasaya Equestrian//</i>
3.	Menampilkan <i>maps Kasaya Equestrian</i>	Jl. H. Sa'at Kemuning / Kec. Legok Tangerang Banten ini /
4.	Menampilkan <i>video footage</i> pegawai sedang merawat kuda	<i>Kasaya Equestrian</i> selalu memperhatikan kondisi kebersihan dan kesehatan kuda loh /
5.	Menampilkan <i>video</i> model sedang cek protokol kesehatan	<i>Music</i>
6.	Menampilkan <i>video</i> model sedang memakai perlengkapan berkuda	<i>Kasaya Equestrian</i>

7.	Menampilkan <i>video footage</i> pengunjung sedang berkuda	sehingga kamu dan keluarga maupun teman teman bisa berlibur seru// selain arena berkuda kasaya equestrian memiliki fasilitas diantaranya //
8.	Menampilkan <i>video coach</i> memanah	<i>Archery /</i>
9.	Menampilkan <i>video footage</i> makanan dan minuman yang ada di Kasaya <i>Equestrian</i>	Seperti nasi ayam telur asin / nasi timbel kasaya / es kopi kasaya / dan kasaya blue //
10.	Menampilkan <i>video</i> mini satwa	Seperti Burung Kakak Tua / Love Bird / Iguana / Dan Kelinci //
11.	Menampilkan <i>video event - event</i> yang ada di kasaya <i>equestrian</i>	Kasaya <i>Equestrian</i> adalah pilihan yang sangat tepat / Untuk mengadakan acara seperti // <i>Prewedding / Engagement / Birthday Party / Yoga</i> dan event event lainnya seperti Wedding / Reuni / Gathering Office / dan Gathering family //
12.	Menampilkan identitas Kasaya <i>Equestrian</i>	Bagi kamu yang gemar berkuda atau ingin mencoba menunggangi kuda / yuk datang ke Kasaya <i>Equestrian //</i>

6. *Rundown*

Rundown dalam pembuatan *video* promosi Kasaya *Equestrian* yaitu:

Tabel 2. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	INT/ EXT	Description
1.	3	Gerbang masuk Kasaya <i>Equestrian</i>	0:00:10- 0:00:13	EXT	Menampilkan <i>video footage</i> gerbang masuk dan menjelaskan profil Kasaya <i>Equestrian</i>
2.	7	Kandang kuda	0:00:26- 0:00:30	INT	Menampilkan <i>video footage</i> Pegawai sedang merawat Kuda
3.	12	Pintu masuk Kasaya <i>Equestrian</i>	0:00:54- 0:00:56	EXT	Menampilkan <i>video</i> Model sedang cek Protokol Kesehatan
4.	15	Lapangan kuda	0:01:19- 0:01:29	EXT	Menampilkan <i>video footage</i> Pengunjung Sedang Berkuda

5.	16	<i>Outdoor Kasaya Equestrian</i>	0:01:36-0:01:40	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>video Coach Memanah</i>
6.	24	<i>Kasaya Eatery and Space</i>	0:02:04-0:02:13	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>Video Footage Makanan Dan Minuman Yang Ada Di Kasaya Equestrian</i>
7.	27	<i>Outdoor Kasaya Equestrian</i>	0:02:20-0:02:30	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>video Mini Satwa</i>
8.	28	<i>Outdoor Kasaya Equestrian</i>	0:02:38-0:02:54	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>Video Event - Event Yang Ada Di Kasaya Equestrian</i>
9.	29	Lapangan kuda	0:02:55-0:03:02	<i>EXT</i>	Menampilkan <i>Identitas Kasaya Equestrian</i>
10.	13	<i>Gallery shop</i>	0:01:07-0:01:15	<i>INT</i>	Menampilkan <i>Video Model Sedang Memakai Perlengkapan Berkuda</i>

7. Penyusunan *Crew*:

Dalam *project* ini, melibatkan beberapa kru antara lain: sutradara, kameramen, asisten kameramen, *editor*, *scriptwriter*, *voiceover & talent*. Dibawah ini yaitu susunan kru pada *video* promosi *Kasaya Equestrian* :

Tabel 3. Susunan *Crew*

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Ricka Anggie Fadyla
2.	<i>Cameraman</i>	Ricka Anggie Fadyla
3.	<i>Asisten Cameraman</i>	Ravie Aditya
4.	<i>Editor</i>	Ricka Anggie Fadyla
5.	<i>Script Writer</i>	Ricka Anggie Fadyla
6.	<i>Voice Over</i>	Nuril Alfa
7.	<i>Talent</i>	Fatmalida Khoirunnisa Nadya Handayani

8. Time Schedule

Daftar rencana proses produksi berlangsung. Ini adalah *time schedule* dari produksi video promosi *Kasaya Equestrian* :

Tabel 4. Time Schedule

Tahapan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	2021				2021				2021				2021				2022				2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pre Production	Pengajuan Obsevasi	■																						
	Pengumpulan Data		■																					
	Analisis Data			■																				
	Ide/Gagasan				■																			
	Sinopsis/Cerita					■																		
	Narasi						■																	
	Penyusunan Crew							■																
	Storyboard								■															
	Script Writing									■														
	Rundown										■													
	Time Schedule											■												
	Anggaran/Budget												■											
	Peralatan yang digunakan													■										
	Production	Perencanaan Multimedia													■									
Perencanaan Audio															■									
Perencanaan Visual																■								
Perencanaan Broadcasting																	■							
Post Production	Digitizing																							
	Editing																							
	Mixing																							
	Finishing																							
	Exporting																							
	Segmen Pasar																							

9. Anggaran

Anggaran ini digunakan untuk biaya yang dibutuhkan pada saat produksi berlangsung. Berikut ini anggaran/budget produksi video promosi *Kasaya Equestrian*:

Tabel 5. Anggaran

No	Alat Produksi	Ket	Hari	Jml	Biaya Produksi
1.	Survey Lokasi	-	2	-	@Rp. 50.000 Rp. 50.000 x 2 Hari = Rp. 100.000
2.	Kamera <i>Sonny A6000</i>	Sewa	2	1	@Rp. 350.000 Rp. 350.000 x 2 Hari = Rp. 700.000
3.	Kamera <i>Canon 700 D</i>	Pinjam	2	1	@Rp. 100.000 Rp. 100.000 x 2 Hari = Rp. 200.000
4.	Kamera <i>Canon Rebel T5</i>	Milik Pribadi	5	1	-
5.	<i>Dji Mavic mini Drone</i>	Sewa	1	1	@Rp. 300.000

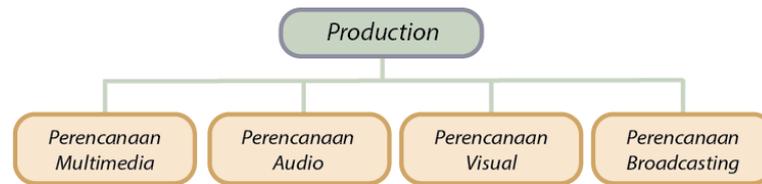
6.	<i>Lensa 7 artisan 25mm</i>	Sewa (include kamera)	2	1	-
7.	<i>Lensa Sony 16-55mm</i>	Sewa (include kamera)	2	1	-
8.	<i>Gimbal Moza air</i>	Sewa (include kamera)	2	1	-
9.	<i>Handphone</i>	Milik Pribadi	1	1	-
10.	<i>Memory Sandisk Ultra 32gb</i>	Milik Pribadi	2	1	-
11	Bensin	Beli	2	1	@Rp. 50.000 Rp. 50.000 x 2 Hari = Rp. 100.000
12.	<i>Voice Over</i>	Jasa Dubber	2	1	@Rp. 350.000
13.	Konsumsi	Beli	2	5 Orang	@Rp. 130.000 Rp.130.000 x 2 Hari = Rp. 260.000
14.	<i>DVD + Label + Casing</i>	Beli	-	4	@Rp. 14.000 Rp. 14.000 x 4 Buah = Rp. 56.000
15.	Laptop	Milik Sendiri	-	1	-
Total					Rp 2.066.000

10. Peralatan yang digunakan:

Peralatan yang diperlukan pada saat *shooting* berlangsung diantaranya *Laptop, Camera Sony A6000, Camera Canon 700 D, Camera Canon Rebel T5, Dji Mavic Mini Drone, Lensa 7 artisan 25mm, Lensa Sony 16-55mm, Gimbal Moza air, Handphone, Memory Sandisk Ultra 32gb, DVD + Label + Casing, Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe Audition CC 2017, Adobe After Effect CC 2017.*

3.2. Produksi

Production adalah proses kerja yang dilakukan secara bersama dengan tim/kru agar mempermudah proses *shooting*. Tahapan didalam produksi *video* promosi *Kasaya Equestrian* membutuhkan beberapa ide kreatif dan inovatif untuk menentukan *angle* kamera agar terlihat tidak monoton.



Gambar 14. Produksi

1. Perancangan Multimedia

Perencanaan *multimedia* merupakan penggabungan dari *text*, gambar dan suara.

- Text* yang dipakai untuk pembuatan *video* promosi ini adalah *font* “*Montserrat, trueno, lemon milk*”.
- Gambar Dalam *video* promosi *Kasaya Equestrian picture* yang ditampilkan terdapat logo, dan foto berbentuk *jpg* dan *png* kemudian disatui jadi *video* berformat *mp4*.
- Sound* yang dipakai dalam *video* ini menggunakan *voice over* dan *backsound* dari sumber *Youtube* “*Young Rich Pixies - Saturday*”.

2. Perancangan Audio

Perencanaan *audio* dibutuhkan dalam *video* promosi ini, untuk menginformasikan mengenai ruang lingkup *Kasaya Equestrian*.

- Backsound* yang digunakan berjudul “*Young Rich Pixies - Saturday*”.
- Voice Over* atau *dubbing* berupa rekaman suara manusia.

3. Perancangan Visual

Dibawah ini terdapat perencanaan visual dalam pembuatan *video* promosi *Kasaya Equestrian*.



Gambar 15. *Scene 1/ Opening bumper Kasaya Equestrian*.



Gambar 16. *Scene 2 / EXT/ Day/ High Angle/ Menampilkan footage gerbang masuk dan menjelaskan profil Kasaya Equestrian*.



Gambar 17. *Scene 3 / Menampilkan maps Kasaya Equestrian*.



Gambar 18. *Scene 4/ INT/ Day/ Close Up/ Menampilkan video footage pegawai sedang merawat kuda*.



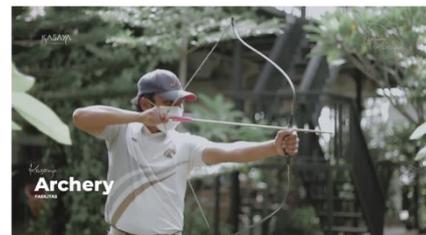
Gambar 19. *Scene 5 / EXT / Day / Close Up /* Menampilkan *video model sedang cek protokol kesehatan.*



Gambar 20. *Scene 6 / INT / Day / Close Up /* Menampilkan model sedang memakai perlengkapan berkuda.



Gambar 21. *Scene 7 / INT / Day / Close Up /* Menampilkan *video footage* pengunjung sedang berkuda.



Gambar 22. *Scene 8 / EXT / Day / Medium Shot/s* Menampilkan *video coach* memanah.



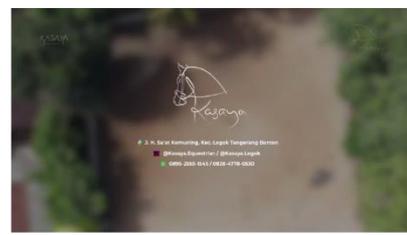
Gambar 23. *Scene 9 / EXT / Day / Extreme Close Up /* Menampilkan *video footage* makanan dan minuman yang ada di *Kasaya Equestrian.*



Gambar 24. *Scene 10 / EXT / Day / Close Up /* Menampilkan *video mini satwa.*



Gambar 25. *Scene 11 / EXT / Day / Medium Shot /* Menampilkan *video event-event* yang ada di *Kasaya Equestrian.*



Gambar 26. *Scene 12 /* Menampilkan Identitas *Kasaya Equestrian.*

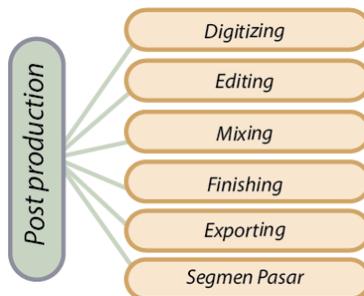
4. Perencanaan Broadcasting

Perencanaan *broadcasting* sangatlah penting untuk memenuhi target dan disampaikan melalui:

- Memperluas jangkauan *video* melalui *YouTube* “*Kasaya Equestrian*”.
- Video* promosi ini nantinya akan diunggah ke media sosial: *Instagram* “@*kasaya.equestrian* dan @*kasaya.legok*”.
- DVD* digunakan untuk menampilkan *video* promosi *Kasaya Equestrian* saat presentasi internal dan kerjasama dengan relasi.

3.3. Paska Produksi

Terakhir adalah paska produksi, tahapan ini terdiri dari *digitizing*, *editing*, *mixing*, *finishing*, *exporting* dan *segmen pasar*.



Gambar 27. Paska Produksi

1. *Digitizing*
Pemindahan dan pemilihan data dari hasil *shooting* ke *device* untuk melakukan proses *editing*.
2. *Editing*
Merupakan proses *rufcut* atau menyusun *video* dengan konsep yang dibuat.
3. *Mixing*
Penggabungan antara *video*, *dubbing* dan *backsound* agar bisa diterima oleh *audience*. *Software* yang dipakai adalah *Adobe Premiere Pro CC 2017*, *Adobe Audition CC 2017* dan *Adobe After Effect CC 2017*.
4. *Finishing*
Untuk tahapan yang ini, *editor* mesti memerhatikan dan lebih teliti *video* setelah menyatukan gambar, teks, *audio* dan *visualeffect*.
5. *Exporting*
Yang terakhir adalah *exporting*, *video* ini nantinya *diexport* memakai *software Adobe Premiere Pro CC 2017*, dengan menggunakan format yang berkualitas *ful HD 1920x1080* dan *frame rate 60 fps*.
6. *Segmen Pasar*
Segmen Pasar ini menjangkau secara luas untuk calon pengunjung, dan masyarakat lainnya khususnya *Jabodetabek* serta seluruh *Indonesia* dan *Internasional*.

4. KESIMPULAN

Informasi yang diberikan oleh penelitian ini dimaksudkan untuk menyampaikan informasi terlengkap dan terkini tentang konsep *video* promosi mengenai profil dan layanan, kuda dan hewan, fasilitas, keunggulan dan *event* yang diadakan di *Kasaya Equestrian* dengan konsep *video* yang menarik dan dipadu efek, audio, dan visual. Diharapkan dapat membantu bagian marketing dalam menyampaikan informasi yang efektif kepada khalayak dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke *Kasaya Equestrian*.

5. SARAN

Beberapa saran untuk *Kasaya Equestrian* yaitu: slalu menyampaikan informasi tentang *Kasaya*, dan *video* promosi ini digunakan sebaik-baiknya serta digunakan dalam setiap kegiatan untuk meningkatkan dayatarik masyarakat melalui *Youtube* : *Kasaya Equestrian* Instagram : *@kasaya.equestrian* dan *@kasaya.legok*, agar masyarakat luas mudah mendapatkan informasi secara langsung kapanpun dan dimanapun.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Syaparudin dan Ellihami, 2019, “Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Melalui Video Pada Pembelajaran PKN disekolah Paket C”, Enkreng: STKIP Muhamadiyah Enkreng Jurnal Edukasi Nonformal, ISSN 2715-2634, Vol. 1, No. 1: 194.
- [2] Mulyati, dkk, 2018, “Sistem Informasi Absensi Berbasis Web Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Tangerang”, Tangerang: STMIK Raharja Tangerang, *Innovative Creative and Information Technology (ICIT Jurnal)*, ISSN: 2356 – 5195, Vol. 4, No. 2: 119.
- [3] Kusuma, dkk, 2020, “Pendampingan & Pembuatan Video Profile Untuk Promosi Wisata Desa Cisantana Kabupaten Kuningan”. Kuningan: Universitas Kuningan. *Empowrment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. e-ISSN 2598-2052. Vol. 03, No. 02.
- [4] Desmira. dkk. 2021. “Video Promosi Wisata Cikal Adventure di kecamatan Padrincang”. Tangerang: Universitas Serang Raya, Kabon Abhinaya: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, E-ISSN: 2657-1110, Vol. 3, No. 2.
- [5] Andhika dan Achmad, 2019, “Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke provinsi Kalimantan Selatan”, Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad AlBanjari, Mutakalimin; *Jurnal Ilmu Komunikasi*, E-ISSN: 2686-178. Vol 2, No 2.
- [6] Razak and Noorhanim Abdul, 2020, “Visit Truly Asian Malaysia”: *Analysing VMY 2020 Tourism Promotional Video*, Malaysia: *University Utara Malaysia, International Journal of Busines and Economy*, ISSN: 2682-8359, Vol. 2, No. 1.
- [7] Kusumastuti, et al, 2020, “Promotion Activiti for Curug Rahong Tourism Village to Boost Tourists Arrival”, Jakarta Selatan: Sekolah Tinggi Manajemen IPMI, *International Journal of Business Studis*, e-ISSN: 2622-4585, Vol. 4, No. 3.
- [8] Nikolkaya, et al, 2020, “Strategy for The Promotion off a Touris Product in The International Market”, Moscow: Plekanov Rusian University of Economics, *Stremyannyi Lane, International Journal off Advanced Research” in Engineering and Technology (IJARET)*. ISSN Online: 0976-6499. Vol. 11, No. 2.