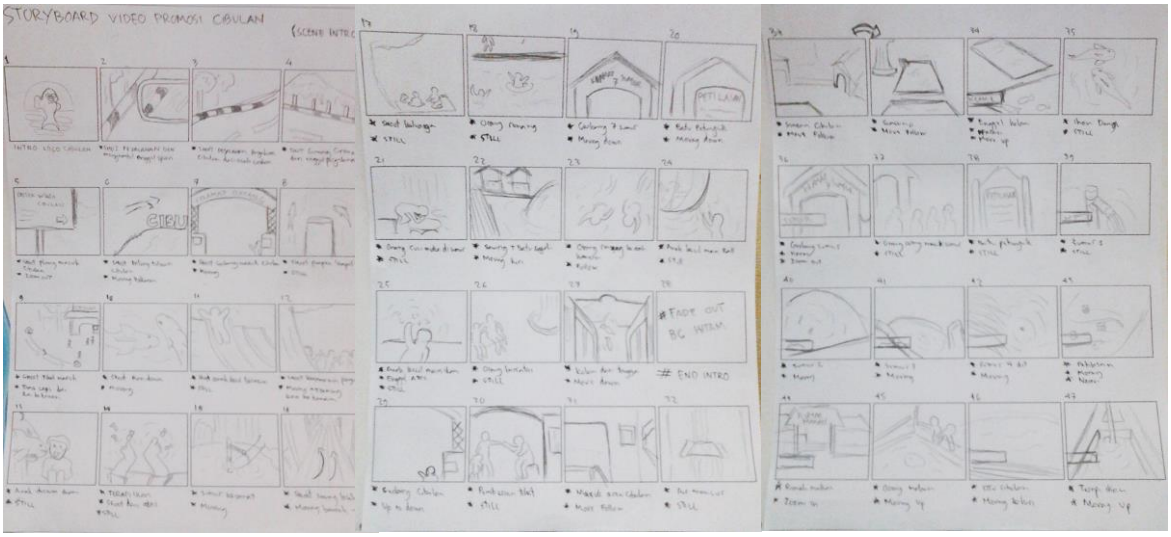
BAB IV
TEKNIS PRODUKSI MEDIA

III.1 Teknis Produksi

Dalam membuat final artwork berupa video promosi ini diperlukan beberapa tahapan untuk melakukan produksi, setelah sebelumnya melakukan penelitian dan berbagai proses perumusan, kini dilakukan tahap final, yaitu memproduksi media yang diinginkan, untuk membuat media promosi berikut adalah tahapan tahapannya :

a. Pra Produksi

Pra Produksi ialah tahap dimana akan menentukan alur / kerangka jalan cerita yang diinginkan pada video promosi, contohnya seperti membuat scenario dan *storyboard* yang nantinya akan menjadi acuan pada saat melakukan proses pengambilan gambar



Gambar 4.1 Sketsa *storyboard* video promosi Cibulan

b. Produksi

Pada tahap ini dimulai pengambilan gambar sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya pada sketsa, tahap ini memerlukan beberapa orang untuk mengerjakannya, dilakukan pembagian tugas pada saat pengambilan gambar berlangsung, contohnya seperti sutradara yang bertanggung jawab atas keseluruhan video tersebut, kameramen bertugas memegang kamera dan mengambil gambar, dan lain sebagainya.

Peralatan yang dipakai :

Kamera 1 : Canon 100d

Kamera 2 : Canon 600d

Tripod

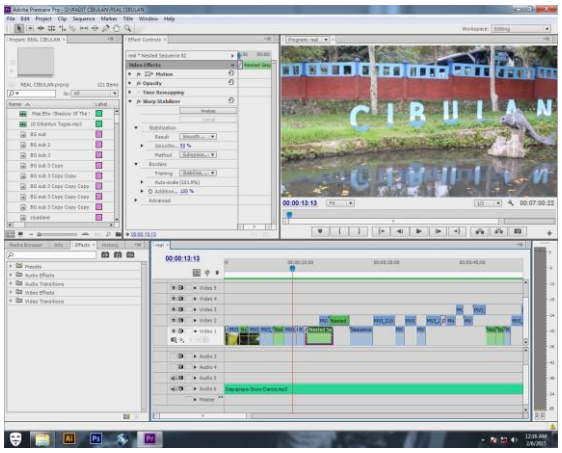


Gambar 4.2 Proses pengambilan gambar / syuting

(dokumentasi pribadi 2014)

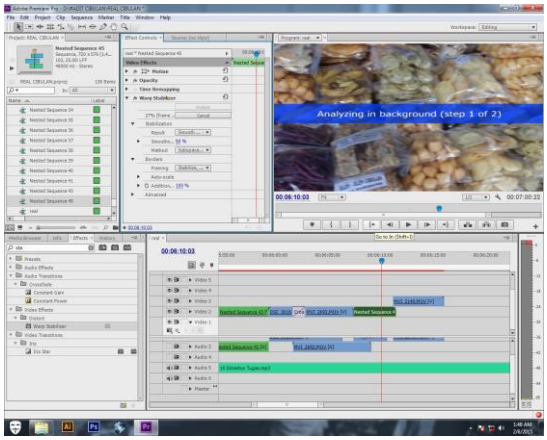
b. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, gambar yang telah diambil, dipilih untuk diedit, proses penggabungan gambar gambar yang telah diambil sebelumnya dilakukan pada *software* aplikasi *adobe premiere*, berikut tahapan *editng* pada *adobe premier*



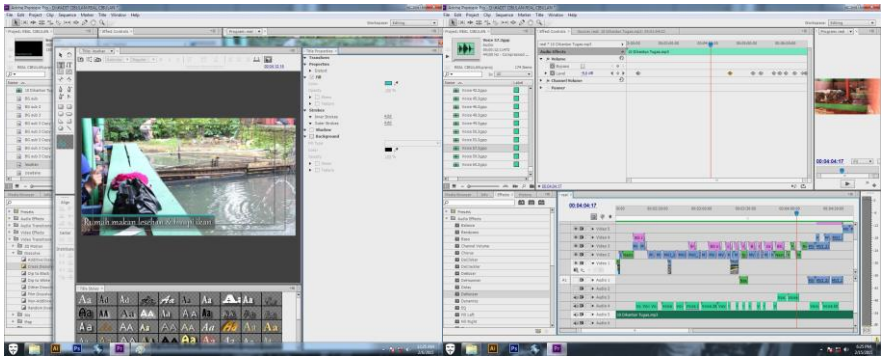
Gambar 4.3 Proses pemilahan dan pemotongan gambar

(dokumentasi pribadi 2015)



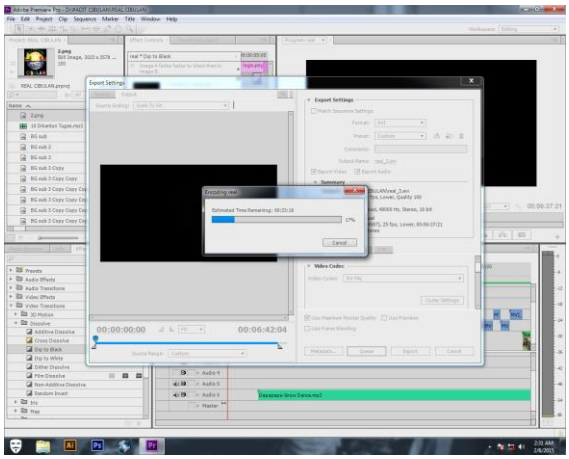
Gambar 4.4 Proses pemberian efek unuk memaksimalkan kualitas video

(dokumentasi pribadi 2015)



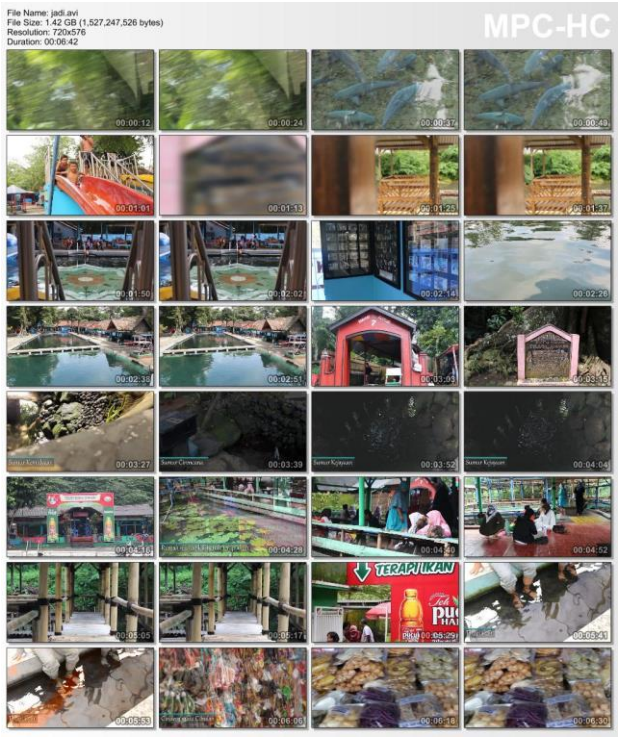
Gambar 4.5 Proses pemberian sub judul dan narasi

(dokumentasi pribadi 2015)



Gambar 4.6 Proses *rendering* video yang telah jadi
(dokumentasi pribadi 2015)

Setelah selesai proses editing, maka video siap untuk digunakan sesuai keperluan yang kita ingin kan, pada video promosi Cibulan ini hasil akhir video akan ditampilkan pada halaman utama *website* objek wisata Cibulan.



Gambar 4.7 video yang telah jadi
(dokumentasi pribadi 2015)

III.2 Media Pendukung

Media pendukung dari video promosi ini ialah, berupa desain website yang memungkinkan agar video ini dapat dengan mudah dilihat oleh para target audience, karna video promosi ini akan disebarkan melalui media online agar dapat lebih mudah penyebaranya, tidak hanya website saja, media pendukung video promosi ini juga terdapat beberapa benda yang terdapat alamat website objek wisata Cibulan.

a. Web Desain

Membuat website yang sudah ada, agar dibuat lebih menarik dan terstruktur, serta membuat ruang khusus penempatan *video* sebagai media informasi utama



Gambar 4.8 Web desain Cibulan
(dokumentasi pribadi 2015)

Bentuk : Garis statis

Teknik : Visual Grafis Digital

b. Brosur

Media borsur yang nantinya akan diberikan gratis pada pengunjung objek wisata Cibulan untuk dibawa pulang.



Gambar 4.9 Brosur Cibulan
(dokumentasi pribadi 2015)

Ukuran : A5

Teknik : Print

c. Kaos/ *T-shirt*

Media yang nantinya akan dijual kepada pengunjung objek wisata Cibulan sebagai oleh oleh.



Gambar 4.10 Kaos

(dokumentasi pribadi 2015)

Ukuran : Al l size

Teknik : Sablon

d. Handuk

Media yang dijual untuk pengunjung kolam renang Cibulan



Gambar 4.11 Handuk

(dokumentasi pribadi 2015)

Teknik : Bordir

e. *Tote bag*

Media yang dijual kepada pengunjung, untuk menyimpan barang bawaan, bisa juga sebagai oleh oleh.



Gambar 4.12 Tote bag
(dokumentasi pribadi 2015)

f. Gelang

Media yang dijual sebagai cinderamata dari objek wisata Cibulan



Gambar 4.13 Gelang
(dokumentasi pribadi 2015)

Bahan : Kulit sintetis

Ukuran : 20 cm

Teknik : Press

g. Gimmick

Media pendukung tambahan berupa gantungan kunci dan stiker



Gambar 4.14 Gantungan kunci dan stiker
(dokumentasi pribadi 2015)

Bahan : Stiker vinyl

Ukuran : 12 cm

Teknik : Print

Diameter : 6 cm

Teknik : Print

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Baksin, A. (2009). *Membuat Film Indie Itu Gampang*. Bandung: Katarsis

Pratista, H. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.

Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*, Gava Media. Yogyakarta.

JURNAL

Akbar, A (2013) *Video Profil Pariwisata Sumatra Barat*. Tugas Akhir, Bandung: Unikom

Rohmanah, Roseu (2014) *Analisis Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Alam Cibulan Kuningan*. Skripsi, Bandung: UPI

WEBSITE

Riswoto. G (2012).*Legenda Ikan Dewa dan Mitos Pembawa Berkah*, inilahkoran.com

Website resmi wisata Cibulan (*online*) *http://www.wisatacibulan.com/sejarahcibulan* (13 Desember 2013)

Website Dinas Pariwisata Jawa Barat *(online)* *http://www.disparbud.jabarprov.go.id/wisata/dest-det.php?id=43&lang=id* (13 Desember 2013)

LAIN LAIN

Observasi dan wawancara langsung bersama Bapak H. Muh. Didi Sutardi selaku Direktur objek wisata Cibulan