

PENGEMBANGAN VIDEO PROFIL TERMINAL WISATA GRAFIKA CIKOLE LEMBANG

Bayu Bambang Perdana¹, *Faizal Hamzah²

¹Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Bandung, Indonesia, Email: bayu@ars.ac.id

²Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional, Bandung, Indonesia, Email: faizal@ars.ac.id

*(Correspondence author)

ABSTRACT

Article History

Submitted:

19 July 2024

Reviewed:

21 August 2024

Accepted:

05 October 2024

Published:

15 May 2025

The purpose of this research is to develop a video profile of the Terminal Wisata Grafika Cikole as an information and promotional medium in the city of Bandung. Terminal Wisata Grafika Cikole is a popular tourist destination in the region of Cikole, but it lacks an effective promotional medium. Therefore, this research attempts to fill that gap by creating an informative and appealing video profile. The method used in this research is qualitative descriptive research with a case study approach. Data were collected through observations, interviews, and the analysis of documents related to Terminal Wisata Grafika Cikole. The research findings indicate that the developed video profile depicts the beauty and products available at the terminal, as well as informs visitors about the activities and services they can enjoy. This video profile is expected to be an effective tool in promoting the Terminal Wisata Grafika Cikole, attracting potential tourists, and providing the necessary information to the audience. Furthermore, it can also be used by relevant parties in their efforts to promote tourism in the city of Bandung as a whole. Therefore, this research has a positive impact on the development of the tourism industry in Bandung.

Keywords: Development; Video Profile; Terminal Wisata Grafika Cikole; Visual Promotion; Digital Tourism

PENDAHULUAN

Dengan budaya dan geografis yang beragam, Jawa Barat memiliki potensi wisata yang sangat banyak. Kabupaten Bandung Barat adalah salah satu daerah dengan banyak destinasi wisata. Menurut data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung Barat, terdapat 28 destinasi pariwisata yang terdaftar dari 8 kecamatan. Pada tahun 2018, tercatat ada 6.634.998 wisatawan nusantara dan 36.656 wisatawan mancanegara yang mengunjungi kabupaten ini. Seperti salah satu contohnya yaitu Kecamatan Lembang, yang mana Kecamatan Lembang hingga saat ini masih menjadi destinasi favorit yang ada di Kabupaten Bandung Barat (Afifi & et al, 2020).



Lembang adalah salah satu tujuan wisata yang diminati oleh para wisatawan karena letaknya yang dekat dengan Kota Bandung. Selain itu, Lembang juga memiliki berbagai atraksi wisata yang indah dan menarik. Hal ini menjadi daya tarik yang mampu memotivasi wisatawan untuk mengunjungi dan berwisata di Lembang, Kabupaten Bandung Barat (Sinaga & et al, 2021).

Cikole merupakan salah satu Desa yang ada di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Sebagian besar dari wilayah Desa Cikole yaitu masih di dominasi oleh hutan, hal tersebut menjadikan Desa Cikole sebagai salah satu Desa Wisata yang ada di Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Kawasan hutan di Desa Cikole sangatlah luas yaitu sekitar 381,19 Hektar. Dengan luas hutan tersebut menjadikan kawasan hutan di Desa Cikole terdapat beberapa tempat wisata, salah satunya Terminal Wisata Grafika Cikole (Rathia & Chofyan, 2020).

Terminal Wisata Grafika Cikole menjadi salah satu destinasi wisata yang berada di wilayah Desa Cikole, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Terminal Wisata Grafika Cikole merupakan *resort* yang menyediakan tempat rekreasi dan *outbound* yang terletak di jalan raya Tangkuban Parahu km 8 Desa Cikole, Lembang. Berdiri sejak tahun 2006 dibawah naungan PT. Karya Putra Grafika yang bergerak pada beberapa bidang seperti destinasi wisata, restoran, hotel, *catering*, percetakan dan konsultan edukasi. Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki lokasi yang cukup strategis untuk sebuah tempat wisata, mengingat akses jalan menuju Terminal Wisata Grafika Cikole yang cukup mudah serta berada tepat dibawah kaki gunung Tangkuban parahu dengan ketinggian 1400 meter di atas permukaan laut dengan luas wilayah 9 hektar yang hampir seluruh kawasannya merupakan hutan pinus serta kontur area berbukit.

Terminal Wisata Grafika Cikole menawarkan berbagai produk dan pelayanan yang beragam serta menarik. Mulai dari komondasi, *Camping Ground, Meeting Room & Hall, Food & Beverage, Outbound, Flora & Fauna*, dan *Photo Spot*. Tentunya Terminal Wisata Grafika Cikole ini sangat direkomendasikan untuk wisata keluarga, sekolah, maupun kegiatan *outing* untuk rombongan seperti perkantoran, organisasi, hingga komunitas. Selain menjadi salah satu tempat wisata yang cukup lengkap, Terminal Wisata Grafika Cikole juga dapat menjadi pilihan yang bagus untuk *pre-wedding* karena banyak *spot* yang cocok untuk pengambilan foto ataupun video.

Dalam wawancara penulis dengan Bapak Sapto Wahyudi selaku *General Manager* (GM) di Terminal Wisata Grafika Cikole. Bapak Sapto Wahyudi mengatakan bahwa pemasaran digital di Terminal Wisata Grafika Cikole saat ini masih belum berjalan dengan baik, dikarenakan memang kurangnya sumber daya manusia (SDM) dalam bidang tersebut, sehingga sampai saat ini proses promosi digital di Terminal Wisata Grafika Cikole belum berjalan dengan baik.

Menurut Bapak Herdiawan Septyazi yang merupakan *Head of Marketing* Terminal Wisata Grafika Cikole mengatakan bahwa Terminal Wisata Grafika Cikole memang memiliki video profil namun perlu diperbarui karena saat ini terdapat beberapa produk baru yang mana produk tersebut belum ada dalam video profil terdahulu. Selain itu, beliau juga mengungkapkan bahwa dari segi kualitas dan isi konten video profil terdahulu terbilang masih kurang baik. Beliau mengatakan kepada penulis bahwa pembaruan dari video profil yang akan dibuat akan ditayangkan di TV *marketing* yang ada di *marketing office* dan juga akan dimanfaatkan sebagai pembuka suatu *meeting* dengan *client* sebagai suatu bentuk

persentasi dari produk atau layanan apa saja yang ada di Terminal Wisata Grafika Cikole. Bapak Herdiawan Septyazi juga memberitahukan bahwa bulan Oktober mendatang akan ada acara *Soft Opening* untuk produk terbaru dari Terminal Wisata Grafika Cikole. Selain video profil, Bapak Herdiawan Septyazi juga berencana ingin meningkatkan daya tarik produk *Food & Beverage* Terminal Wisata Grafika Cikole melalui konten-konten video di *platform* Instagram.

Selain wawancara dengan pihak terkait penulis juga mewawancarai seorang pengunjung yang datang ke Terminal Wisata Grafika Cikole yaitu Mas Yusuf. Dalam wawancaranya Mas Yusuf mengatakan bahwa sungguh sangat disayangkan sekali jika sebuah tempat wisata tidak memerhatikan pentingnya pengelolaan media digital, karena pada saat ini media digital merupakan satu media yang paling efektif dalam melakukan suatu promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video profil Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai media informasi dan promosi di Kota Bandung.

Pengembangan video profil tersebut diharapkan dapat menambah standar kualitas dari video profil yang telah dibuat sebelumnya, sehingga lebih efektif dan terlihat lebih profesional. Selain itu dengan adanya pengembangan dari video profil tersebut diharapkan juga dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung ke Terminal Wisata Grafika Cikole serta mempermudah calon konsumen untuk mengetahui informasi seputar Terminal Wisata Grafika Cikole.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, penulis bertujuan untuk membuat suatu program/ karya dengan judul "Pengembangan Video Profil Terminal Wisata Grafika Cikole Sebagai Media Informasi & Promosi Pariwisata di Kota Bandung". Tujuan dari program/ karya tersebut yaitu selain untuk meningkatkan promosi digital serta memperkuat brand awareness dari produk/ layanan yang diberikan oleh Terminal Wisata Grafika Cikole, hal tepentingnya adalah meminimalisir konten yang kurang efektif dan membuat konten video yang lebih ringkas namun padat serta memaksimalkan resolusi dari video profil yang telah dibuat oleh Terminal Wisata Grafika Cikole.

LITERATUR REVIEW

Pengembangan

Pengembangan menurut Seels & Richey dalam (Ode, 2019) dapat diartikan sebagai suatu proses, cara, perbuatan mengembangkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Secara terminologi, pengembangan adalah suatu proses yang mengupayakan peningkatan kemampuan dan keterampilan SDM guna menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal melalui pendidikan, keterampilan, dan pengalaman.

Video Profil

Pengertian video profil menurut Slamet Hidayat dan Joko Suwarno adalah salah satu cara paling efektif untuk mempromosikan perusahaan, produk, atau potensi daerah, karena video profil dapat menyampaikan informasi secara visual dan audio, yang dapat membuat pesan lebih mudah dipahami dan diingat oleh *audiens*. Video profil juga dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan suatu produk atau layanan (Hidayat & Suwarno, 2023). Menurut Irfan dalam (Apriliani &

et al, 2019) video profil adalah salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah. Dilihat dari pengertiannya video profil merupakan media informasi yang tepat untuk meperkenalkan potensi daerah, karena mampu menampilkan informasi dengan lebih detail.

Latar Belakang Terminal Wisata Grafika Cikole

Terminal Wisata Grafika Cikole menjadi salah satu destinasi wisata yang berada di wilayah Desa Cikole, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Terminal Wisata Grafika Cikole merupakan *resort* yang menyediakan tempat rekreasi dan *outbound* yang terletak di jalan raya Tangkuban Parahu km 8 Desa Cikole, Lembang. Berdiri sejak tahun 2006 dibawah naungan PT. Karya Putra Grafika yang bergerak pada beberapa bidang seperti destinasi wisata, restoran, hotel, *catering*, percetakan dan konsultan edukasi. Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki lokasi yang cukup strategis untuk sebuah tempat wisata, mengingat akses jalan menuju Terminal Wisata Grafika Cikole yang cukup mudah serta berada tepat dibawah kaki gunung Tangkuban parahu dengan ketinggian 1400 meter di atas permukaan laut dengan luas wilayah 9 hektar yang hampir seluruh kawasannya merupakan hutan pinus serta kontur area berbukit.

Media Promosi

Nurudin dalam (Nova, 2018) mengartikan bahwa media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan menurut. Sedangkan pengertian dari informasi menurut Sutabri dalam (Nova, 2018) secara umum adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang. Dengan demikian, media informasi berfungsi sebagai sarana untuk menghimpun dan mengorganisir informasi sehingga menjadi materi yang berguna bagi penerima informasi.

Menurut Stevanus dan Sinuhadi promosi dapat diartikan sebagai salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada masyarakat luas. Tujuan dari promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, serta untuk menginformasikan manfaat dan keunggulan dari produk tersebut (Sirait & Sisnuhadi, 2021). Pada era digital seperti saat ini pemasaran digital lah yang paling efektif terutama pemasaran digital melalui sosial media, karena sosial media memiliki jangkauan yang sangat luas serta dari segi biaya pun terbilang cukup murah.

Pariwista

Yastri & et al, (2022) mengemukakan bahwa secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri atas dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti "banyak" atau "berkeliling", sedangkan wisata berarti "perjalanan" atau "bepergian". Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan Bab 1 Pasal 1 ; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik

wisata. Berikut beberapa penjelasan dari sudut pandang para ahli mengenai definisi pariwisata:

Menurut Suwantoro, (1997), pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain dari luar tempat tinggalnya karenasatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan uang.

Mayers, (2009), mengemukakan pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencarinafkah melainkan untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya.

METODE

Metode Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini dideskripsikan menjadi beberapa point, yaitu:

Desain Penelitian yaitu Penelitian Deskriptif Kualitatif

Tujuan Penelitian yaitu mempelajari pengembangan video profil di Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai media informasi dan promosi pariwisata di Kota Bandung.

Memahami persepsi pengguna dan manfaat video profil dalam mempromosikan destinasi pariwisata.

Populasi dan Sampel yang didapatkan dan dihimpun dari para pengunjung Terminal Wisata Grafika Cikole, staf pengelola, dan pihak terkait dalam promosi pariwisata di Kota Bandung, sedangkan sample yaitu didapat dan dihimpun dari para pengunjung yang telah menonton video profil, staf pengelola yang terlibat dalam pembuatan video, dan pihak terkait promosi pariwisata.

Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan adalah:

Observasi:

Melakukan observasi terhadap interaksi pengunjung dengan video profil dan tanggapan mereka.

Wawancara:

Melakukan wawancara dengan 2 orang pengelola dan 1 wisatawan terkait untuk memahami proses pembuatan video dan strategi promosi.

Fokus Kelompok:

Mengadakan diskusi kelompok dengan pengunjung untuk mendapatkan pandangan yang lebih mendalam tentang pengaruh video profil terhadap persepsi mereka terhadap destinasi pariwisata.

Analisis Data:

Analisis isi: Menganalisis konten video profil, tanggapan pengunjung, dan wawancara untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul.

Analisis tematik: Mengelompokkan data kualitatif berdasarkan tema atau konsep tertentu yang muncul dari hasil penelitian.

Validitas dan Reliabilitas:

Triangulasi: Membandingkan data dari berbagai sumber (observasi, wawancara, fokus kelompok) untuk memastikan keakuratan dan keandalan temuan.

Pemeriksaan Kredibilitas: Menggunakan teknik seperti member-checking, di mana hasil penelitian diperiksa kembali oleh responden untuk memastikan interpretasi yang tepat.

Ekspektasi Hasil:

Di harapkan akan ditemukan keselarasan antara tujuan pengembangan video profil dengan persepsi pengguna dan manfaatnya dalam mempromosikan pariwisata di Kota Bandung.

Diharapkan pula adanya rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas video profil sebagai media informasi dan promosi pariwisata.

Etika Penelitian:

Mendapatkan izin dari pihak berwenang dan pengelola Terminal Wisata Grafika Cikole serta memastikan kerahasiaan data responden.

Memberikan informasi yang jelas tentang tujuan penelitian kepada semua partisipan dan mendapatkan persetujuan mereka sebelum mengumpulkan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis Program/ Karya

Program/ karya yang dipilih dalam pembuatan penelitian ini yaitu sebuah video profil berkonsep video narasi sinematik. Video narasi sinematik dipilih karena berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal serta hasil wawancara terhadap beberapa sumber terkait selain itu video narasi sinematik dipilih oleh penulis karena terbilang cukup efektif untuk menyampaikan pesan dari sebuah produk/ layanan. Video narasi sinematik cukup menarik minat para audiens untuk menonton video yang dibuat, karena selain bisa melihat penampilan video sinematik yang menarik, audiens juga bisa mendengarkan narasi yang relevan dengan keadaan dalam video tersebut. Video narasi juga dapat memberikan pengalaman yang lebih nyata kepada audiens yang melihat video profil Terminal Wisata Grafika Cikole, sehingga pada akhirnya audiens yang menonton video profil tersebut akan merasa penasaran dan memutuskan untuk berkunjung ke Terminal Wisata Grafika Cikole (Ladistin & et, al, 2022).

Menurut Purnama dan Maryati dalam (Farhan & Ahmad, 2018) video adalah sistem gambar hidup atau gambar bergerak yang saling berurutan. Sedangkan menurut (Budiarto & et al, 2018) video merupakan susunan berurutan dari gambargambar yang dibaca dengan kecepatan tertentu dalam suatu waktu. Gambar-gambar ini disebut sebagai frame, dan kecepatan pembacaan gambar tersebut dikenal sebagai frame rate, yang diukur dalam satuan fps (frame per second) (Budiarto & et al, 2018). Keraf dalam (Hartinah & Abdullah, 2018)

mengemukakan bahwa narasi adalah sebuah bentuk wacana yang sasaran utamanya adalah tindak-tanduk 12 yang dijalin dan dirangkaikan menjadi sebuah peristiwa yang terjalin dalam satu kesatuan. Sedangkan menurut Kosasih dalam (Hartinah & Abdullah, 2018) berpendapat bahwa karangan narasi adalah karangan yang menceritakan suatu peristiwa atau kejadian dengan tujuan agar pembaca seolah-olah mengalami kejadian yang diceritakan itu. Menurut Aulia Imam Fikri sinematik merupakan aspek-aspek teknis dalam produksi sebuah film (Fikri, 2018).

Perancangan media informasi wisata menggunakan infografis sebagai media utama dan media sosial sebagai penyebarannya, dengan e-poster dan media pendukung lainnya, infografis menjadi brand image dari objek yang dapat menggambarkan kemegahannya (Afifi & et al, 2020). Apriliani & et al. (2019) menambahkan bahwa video bisa dijadikan media informasi yang lebih efektif untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang keberadaan wisata ini serta kegiatan yang ditawarkan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa video narasisinematik dapat diartikan sebagai video dengan karangan cerita menarik serta penampilan video yang disertai unsur-unsur teknis didalamnya.

Pra Produksi

Pra Produksi adalah sebuah proses produksi yang merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang akan datang atau juga disebut sebagai tahapan perencanaan.

Story Line/ Alur Cerita

Story line merupakan rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapan-tahapan peristiwa sehingga menjalani suatu cerita bisa berbentuk dalam rangkaian peristiwa yang berbagai macam. Alur atau plot ialah struktur rangkaian kejadian dalam cerita yang disusun sebagai sebuah interelasi fungsional yang sekaligus menandai urutan bagian-bagian dari keseluruhan fiksi semi, menurut Aminudin dalam (Valentino & Hardiansyah, 2020).

OPENING		
Adegan	Sketsa	Shot
Menampilkan pemandangan Jl. Raya Cikole dari atas menggunakan kamera <i>Drone</i> .		WS (<i>Bird Eye</i>)
Menampilkan karyawan <i>front office</i> Terminal Wisata Grafiqa Cikole yang memberikan salam.		MS, MCU (<i>POV, Eye Level</i>)

Gambar 1. Story Line/ Alur Cerita
(Sumber: Valentino & Hardiansyah, 2020).

Menurut Stanton dalam (Valentino & Hardiansyah, 2020), mengemukakan bahwa plot ialah cerita yang berisi urutan kejadian, namun tiap kejadian itu hanya

dihubungkan secara sebab akibat peristiwa yang satu disebabkan atau menyebabkan terjadinya peristiwa yang lain.

Story Board

Story board diartikan sebagai deskripsi yang terdapat pada setiap *scene* yang bertujuan untuk menggambarkan objek multimedia dan perilakunya secara jelas Luther dalam (Valentino & Hardiansyah, 2020). Berikut adalah contoh gambar dari *Story board* yang dibuat oleh penulis:

No	Topik	Narasi	Musik	Adegan	Durasi
1	Opening	<ul style="list-style-type: none"> • Tanpa Narasi • Judul “Polusi udara dan Efek Rumah kaca” • 	Music keras	<ul style="list-style-type: none"> Animasi • Judul • Sponsor • Lembaga penanggungjawab • DLL 	20”
2	Sumber-sumber pencemaran udara	<ul style="list-style-type: none"> • Narator : Selamat berjumpa kembali para siswa dalam program pendidikan Sekolah . Tentu kalian sudah dapat menduga topic apa yang akan kita bahas kali ini ? Ya, benar, kali ini kita akan membahas tentang polusi udara dan efek rumah kaca. • Narator : Ada bermacam-macam polusi, tapi kali ini kita akan membahas tentang polusi udara. Zat pencemar udara dapat bersumber dari alam maupun buatan manusia. Polusi udara dapat disebabkan oleh kegiatan pembakaran yang menghasilkan asap tebal, gas buangan bahan bakar dari pabrik yang berbahaya bagi kesehatan atau lingkungan. Demikian juga dengan kendaraan bermotor, dari hasil pembakaran tersebut akan dikeluarkan asap tebal dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tanpa music • Musik lembut 	<ul style="list-style-type: none"> • Narator menjelaskan tentang sumber-sumber pencemaran udara • Tayangan/video sumber-sumber pencemaran udara misalnya kendaraan bermotor yang mengejukan asap di jalanan, asap pabrik, asap gurung berapi, pembakaran sampah. • Ditampilkan power point : 5 unsur utama pencemaran udara : <ul style="list-style-type: none"> ▪ CO₂ ▪ Oksida belerang ▪ Oksida Nitrogen ▪ Hidrokarbon ▪ Partikel-partikel 	

Gambar 2. Story Board
(Sumber: Valentino & Hardiansyah, 2020).

Persiapan Alat Produksi

Persiapan produksi dilakukan untuk mempersiapkan peralatan - peralatan yang dibutuhkan dalam pembuatan video profil Terminal Wisata Grafika Cikole. Berikut adalah beberapa alat yang diperlukan dalam pembuatan video profil Terminal Wisata Grafika Cikole:

Alat produksi merupakan bagian penting dari proses persiapan dan pembuatan video, karena dari sebuah alat-alat produksi, video dapat dibuat dengan maksimal, sehingga memudahkan proses editing video. Berikut merupakan alat-alat yang digunakan untuk kegiatan produksi pengembangan video profil Terminal Wisata Grafika Cikole Lembang sebagai langkah awal sebelum memulai proses shooting dan editing yang akan dilakukan agar tercapai pengembangan video profil Terminal Wisata Grafika Cikole Lembang yang sesuai dengan visi misi dan sejarahnya.

Tabel 1. Nama Alat

No.	NAMA ALAT	JUMLAH
1	Kamera Sony A6000	2
2	Lensa kit Sony A6000 16 – 50mm f 3.4	2
3	Lensa Sony FE 50mm f 1.8	1

4	Stabilizer DJI Ronin SC	1
5	Kamera Drone DJI Spark	1
6	Iphone 11 pro	1
7	<i>Memory card 32 GB</i>	2
8	Laptop Lenovo Thinkpad X 240	1
9	Baterai + Charger kamera Sony	1
10	Alat recording Zoom H6	1

(Sumber: Peneliti, 2024)

Tahap Produksi

Tim Produksi

Produser: Mochamad Farhan Abidzar

Story Line: Mochamad Farhan Abidzar Story Board: Mochamad Farhan Abidzar

Director Of Photography (DOP): Mochamad Farhan Abidzar, Reza Mohamad Maulidan, dan Zaldi Nuradhara

Editor: Mochamad Farhan Abidzar

Audiomen: Mochamad Farhan Abidzar

Talent: Melly Mardiana, Sarmila Gusnita dan Ilham Kalmi.

Behind **The Scene (BTS)**: Putra Pratam

Drone Pilot: Ihsan Nurzaman Sidik

Perekaman Audio

Perekaman audio dalam perancangan video profil adalah komponen penting yang membantu menyampaikan pesan dan cerita dengan lebih efektif kepada pemirsa. Fungsi dari perekaman audio dalam konteks ini meliputi:

Menyampaikan Narasi: Audio memungkinkan untuk narasi yang kuat, yang dapat menjelaskan latar belakang, misi, visi, dan nilai perusahaan atau individu yang diangkat dalam video profil. Narasi yang baik dapat membantu pemirsa memahami konteks dan tujuan dari video tersebut.

Menggambarkan Suasana: Perekaman audio dapat digunakan untuk menangkap dan memperkuat suasana yang diinginkan dalam video profil. Ini bisa berupa musik latar yang mendukung emosi yang ingin ditonjolkan, seperti kegembiraan, inspirasi, atau keseriusan.

Wawancara dan Testimoni: Perekaman audio juga mencakup wawancara atau testimonial dari individu yang relevan dalam video profil. Ini memberikan kesempatan untuk mendengar langsung pengalaman, pendapat, atau cerita dari orang-orang terkait, yang dapat menambah kedalaman dan kepercayaan dalam video tersebut.

Menyampaikan Pesan Kunci: Audio dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kunci atau poin-poin penting yang ingin disampaikan kepada pemirsa. Dengan penggunaan intonasi yang tepat, penekanan pada kata-kata kunci, dan ritme yang sesuai, pesan tersebut dapat lebih mudah dipahami dan diingat oleh pemirsa.

Menghilangkan Kebisingan: Perekaman audio yang baik juga melibatkan menghilangkan atau mengurangi kebisingan yang tidak diinginkan, seperti

gangguan latar belakang atau suara yang tidak relevan. Hal ini penting agar fokus pemirsa tetap pada pesan yang ingin disampaikan dalam video profil.

Secara keseluruhan, perekaman audio memiliki peran yang krusial dalam menciptakan pengalaman yang menyeluruh dan berkesan bagi pemirsa dalam menonton video profil, serta membantu memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas dan efektif.

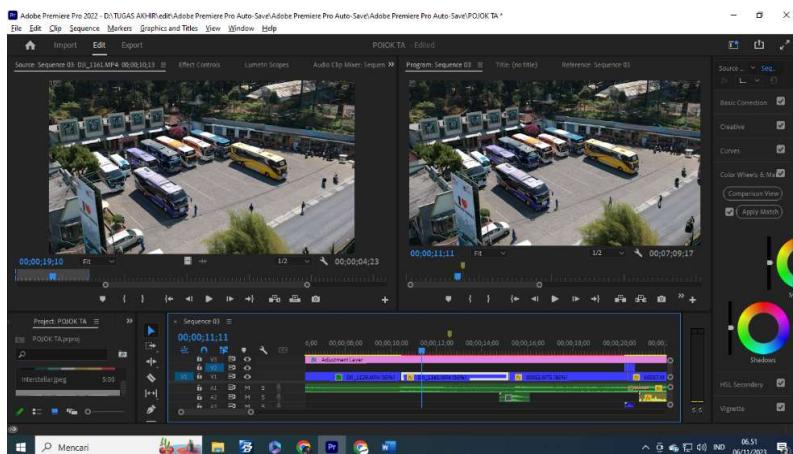
Pasca Produksi

Pemilihan Footage

Pemilihan *footage* video berfungsi sebagai dasar atau komponen utama dalam proses pembuatan video. *Footage* video merupakan potongan-potongan gambar bergerak yang direkam menggunakan kamera video atau perangkat perekam lainnya. Pemilihan *footage* yang tepat sangat penting untuk menciptakan video yang menarik, informatif, dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pada tahap ini, penulis memilih *footage* video dengan cara membuat beberapa folder terlebih dahulu untuk menyimpan *footage-footage* sesuai dengan alur, lokasi serta waktu pengambilan dari *footage* video tersebut.

Editing Video

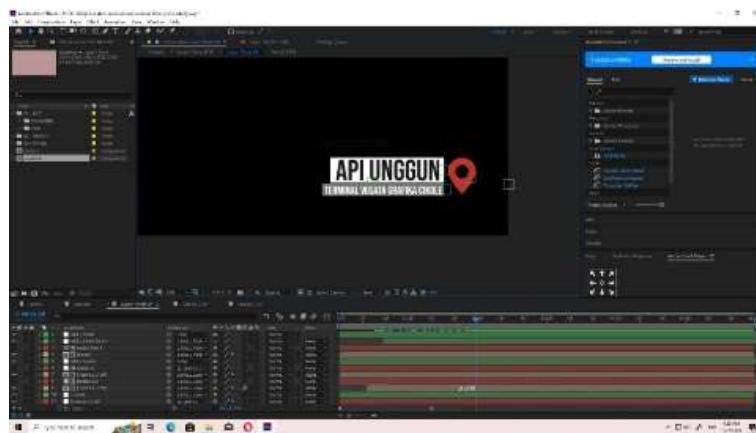
Pada tahap *editing* penulis menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC 2022* untuk memotong semua *footage* video yang telah direkam dan menggabungkan *footage* video tersebut menjadi satu video. Berikut adalah gambar dari proses pemotongan pada *footage* video:



Gambar 3. *Editing Video*
(Sumber: Peneliti, 2024).

Efek Transisi Video

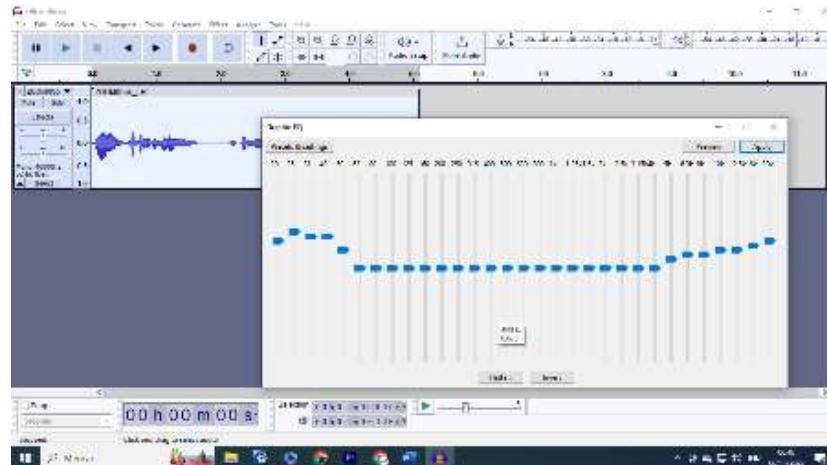
Pada tahap ini, yaitu efek transisi penulis menggunakan *plug-in* dari *Mister Horse* yang diinstall pada *software Adobe Premiere Pro CC 2022*. Sehingga efek-efek untuk profil video Terminal Wisata Grafika Cikole Lembang dapat lebih tercapai efek sinematik dan efek-efek yang sesuai dengan karakter *footage-footage* pada video profil.



Gambar 4. Transisi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).

Audio dan Musik

Pada tahap ini penulis memilih audio dan musik yang cocok untuk video profil yang akan dibuat. Untuk bagian musik penulis memilih musik dari website Envato yaitu *Cinematic Positive*. Sedangkan, pada bagian audio sendiri penulis menambahkan rekaman suara dari *talent* yaitu Melly sebagai pengisi suara untuk narasi, serta penulis menambahkan juga beberapa audio untuk suasana seperti suara dari burung di pagi hari, suara api unggu, suara orang-orang sedang bermain game kelompok, dan lain sebagainya yang menurut penulis perlu ditambahkan dalam video profil yang akan dibuat. Untuk mengedit audio hasil rekaman, penulis menggunakan *software Audacity*. Berikut adalah gambar pada saat penulis mengedit audio di *software Audacity*:

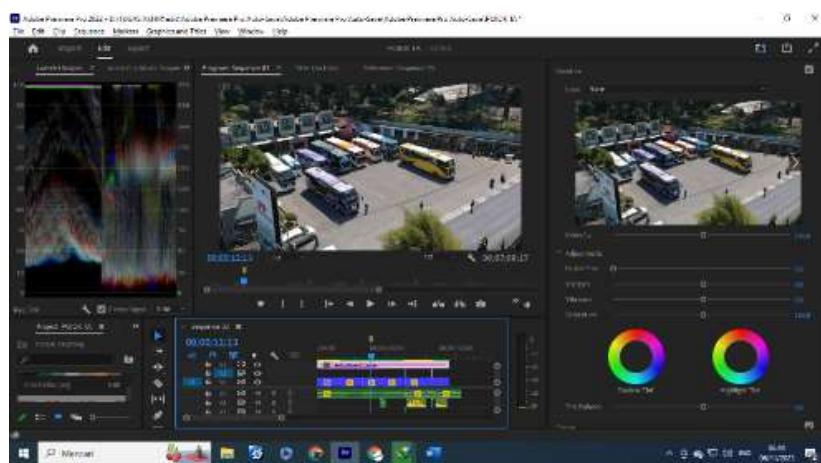


Gambar 5. Audio dan Musik
(Sumber: Peneliti, 2024).

Color Grading/ Color Correction

Proses *color grading/ color correction* dilakukan menggunakan *Software Adobe Premiere Pro CC 2022* untuk mengoreksi warna *footage* yang terlalu terang atau

gelap dengan mengubah *exposure* dan *highlight*. Berikut adalah gambar pada saat penulis melakukan *color grading/ color correction*:



Gambar 6. *Color Grading/ Color Correction*

(Sumber: Peneliti, 2024).

Motion Graphics 2D

Dalam proses ini, penulis membuat sebuah motion graphics 2D menggunakan software Adobe After Effects CC 2021. Motion graphics 2D adalah grafik bergerak yang menggabungkan antara grafik, teks, dan animasi untuk menciptakan storytelling yang menarik dan informatif secara visual. Motion graphics 2D biasa digunakan dalam berbagai video seperti salah satu contohnya pada video profil Terminal Wisata Grafika Cikole. Berikut adalah gambar dari proses pembuatan motion graphic 2D.

Subtitle

Subtitle adalah teks yang ditampilkan di bagian bawah layar video untuk menerjemahkan dialog atau narasinya ke bahasa lain. Subtitle juga dapat digunakan untuk memberikan informasi tambahan tentang video, seperti nama aktor atau judul lagu.

Action

Tujuan Produk

Ada pula beberapa tujuan dari produk yang telah dibuat oleh penulis, yaitu sebagai berikut:

Memperkuat *Brand Awarness* dari produk/ jasa yang disediakan oleh Terminal Wisata Grafika Cikole.

Menarik minat konsumen untuk mendatangi Terminal Wisata Grafika Cikole serta mempermudah calon konsumen untuk mengetahui informasi seputar Terminal Wisata Grafika Cikole.

Menambah standar kualitas dari pembuatan konten videografi sehingga lebih efektif dan terlihat lebih profesional.

Manfaat Produk

Pada pembuatan produk berupa video profil ini tentunya ada beberapa manfaat yang dihasilkan, diantarnya:

Memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang Terminal Wisata Grafika Cikole kepada masyarakat luas. Video profil dapat menyajikan informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat luas, dibandingkan dengan bentuk informasi lainnya, seperti brosur atau website.

Meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Terminal Wisata Grafika Cikole. Video profil dapat menampilkan keindahan dan keunikan Terminal Wisata Grafika Cikole secara realistik dan menarik. Hal ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Meningkatkan citra Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai destinasi wisata yang menarik. Video profil dapat menampilkan Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai tempat wisata yang modern, nyaman, dan aman. Hal ini dapat meningkatkan citra Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai destinasi wisata yang menarik.

Dokumentasi Produk



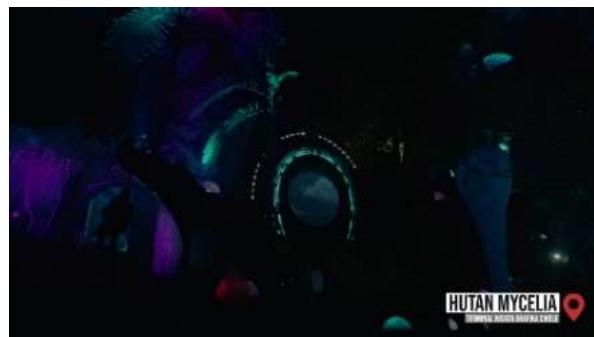
Gambar 7. Opening Video
(Sumber: Peneliti, 2024).



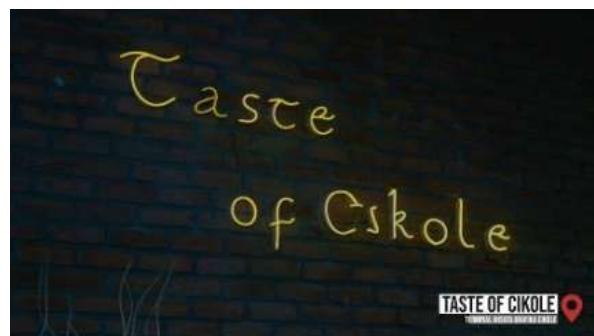
Gambar 8. Isi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).



Gambar 9. Isi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).



Gambar 10. Isi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).



Gambar 11. Isi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).



Gambar 12. Isi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).



Gambar 13. Isi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).



Gambar 14. Isi Video
(Sumber: Peneliti, 2024).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan video profil di Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai media informasi dan promosi pariwisata di Kota Bandung memiliki beberapa manfaat, yaitu; Memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang Terminal Wisata Grafika Cikole kepada masyarakat luas. Video profil dapat menyajikan informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat luas, dibandingkan dengan bentuk informasi lainnya, seperti brosur atau website; Meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Terminal Wisata Grafika Cikole. Video profil dapat menampilkan keindahan dan keunikan Terminal Wisata Grafika Cikole secara realistik dan menarik. Hal ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut; Meningkatkan citra Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai destinasi wisata yang menarik. Video profil dapat menampilkan Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai tempat wisata yang modern, nyaman, dan aman. Hal ini dapat meningkatkan citra Terminal Wisata Grafika Cikole sebagai destinasi wisata yang menarik.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat direkomendasikan beberapa hal untuk pengembangan video profil di Terminal Wisata Grafika Cikole, yaitu; Video profil harus dibuat dengan kualitas yang baik, baik dari segi teknis maupun konten. Video profil harus memiliki kualitas gambar dan suara yang baik, serta konten yang informatif dan menarik; Video profil harus disesuaikan dengan target sasaran. Video profil harus dibuat dengan bahasa dan gaya yang mudah dipahami oleh target sasaran; Video profil harus didistribusikan secara luas melalui berbagai media. Video profil harus didistribusikan melalui berbagai media, seperti media sosial, *website*, dan media televisi.

Dengan pengembangan video profil yang tepat, Terminal Wisata Grafika Cikole dapat meningkatkan informasi dan promosi pariwisata di Kota Bandung. Hal ini dapat berdampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Terminal Wisata Grafika Cikole.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, A. H., Nugraha, N. D., & Aditya, D. K. (2020). Perancangan Destination Branding Pariwisata Curug Malela Kabupaten Bandung Barat. *Eproceedings Of Art & Design*, 7(2).
- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(1), 57-65.
- Budiarto, M., & Bella, U. (2018). Media Promosi Dan Informasi Pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile. *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 4(2), 217-227.
- Fikri, A. I. (2018). Analisis Struktur Naratif Dan Unsur Sinematik Film Yakuza Apocalypse Karya Takahashi Miike. *jurnal eprints. undip*.
- Hartinah, H., & Abdullah, S. I. (2019). Pengaruh minat baca dan persepsi atas perpustakaan sekolah terhadap keterampilan menulis narasi. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 1(02), 127-135.
- Hidayat, S., & Suwarno, J. (2023). Media Berbentuk Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 29-38.
- Immaniar, D., Mulyani, R., & Arnita, F. (2017). Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Promosi Perguruan Tinggi. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 10(2), 280-289.
- Juandi, W. (2022). Makna Kebersamaan Sebagai Nilai Konseling Islam Dalam Membaca Dzikir Rotibul Haddad. *Konseling At-Tawazun: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Islam*, 1(1), 30-37.
- Kusumo, F., & Sulartopo, S. (2019). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 12(1), 33-41.
- Muhammad, F., & Nazar, A. (2019). *Video Digital Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya Dengan Unsur Sinematik* (Doctoral dissertation, Politeknik PalComTech).
- NAUVAL, A. A. (2021). *ANIMASI 2D PENGUJIAN DAN KALIBRASI ALAT TIMBANGAN PADA BARISTAND INDUSTRI PALEMBANG* (Doctoral dissertation, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA).
- Nova, S. P., & Firdaus, M. (2018). *Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Rathia, R., & Chofyan, I. (2020). Kajian Mengenai Aspirasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Orchid Forest. *Prosiding Perencanaan Wilayah dan Kota*, 173-180.
- Sinaga, E. K. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Motivasi Berwisata Di Lembang, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 150-156.

- Sirait, S. K., & Sisnuhadi, S. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45-56.
- Sutrisman, A., Widodo, S., Amin, M. M., & Cofriyanti, E. (2019). Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. *JUPITER: Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknologi Komputer*, 11(1), 11-20.
- Valentino, D. E., & Hardiansyah, M. J. (2020). Perancangan video company profile pada hotel de java bandung. *TEMATIK*, 7(1), 1-20.

AUTHOR BIOGRAPHY

Bayu Bambang Perdana, adalah Dosen Pada Fakultas Komunikasi dan Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya pada Program Studi Desain Komunikasi Visual. Pendidikan S1 diselesaikan dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas BSI Bandung 2016. Pendidikan S2 diselesaikan dari Program Studi Manajemen Sumber Daya Manusia Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya 2020.

Scholar ID:

https://scholar.google.com/citations?view_op=list_works&hl=id&hl=id&user=Ja0xu5wAAAAJ&sortby=pubdate

Faizal Hamzah, adalah salah satu Dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional pada Program Studi Manajemen. Pendidikan S1 diselesaikan dari Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional tahun 2016. Pendidikan S2 diselesaikan dari Program Studi Magister Manajemen Universitas BSI Bandung 2018.

Scholar ID:

<https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=sjm6I0QAAAQ>