

PERANCANGAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PENGELOLAAN INFORMASI MAJAPAHIT (PIM)

Lailiyatun Nuril Azmi¹, Muh Ariffudin Islam²

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
lailiyatun.19095@mhs.unesa.ac.id

²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhariffudin@unesa.ac.id

Abstrak

Unit Pengelolaan Informasi Majapahit (PIM) atau yang biasa dikenal dengan Museum Majapahit memiliki banyak peninggalan bersejarah dengan nilai yang sangat tinggi. Namun tingginya nilai sejarah tidak dibarengi dengan sebuah media untuk promosi dan berbagi informasi, sehingga minimnya informasi yang dapat diakses oleh calon pengunjung. Video merupakan salah satu alat yang efisien untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Metode analisis yang dipakai adalah analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, treath*). Metode perancangan yang digunakan adalah *Design Thinking* oleh Hasso-Plattner Institute of Design at Standford yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *emphatize, define, ideate, prototype, test*. Hasil perancangan pada penelitian ini berupa video profil yang menampilkan gambarang dan informasi terkini dari PIM, serta ajakan kepada audiens untuk melestarikan dan belajar tentang sejarah melalui peninggalan-peninggalan yang ada di PIM. Sebagai kebutuhan promosi, video tersebut ditampilkan di PIM dan sosial media berupa youtube agar dapat diakses oleh siapapun, dimanapun, dan kapanpun. Penelitian ini bertujuan agar calon pengunjung tidak minim informasi dan tertarik untuk berkunjung dan belajar sejarah di PIM.

Kata kunci: Pengelolaan Informasi Majahpahit, Video profil, promosi.

Abstract

Majapahit Information Management Unit (PIM) or usually called the Majapahit Museum has many historical relics of very high value. However, high historical value is not accompanied by promotional media and information sharing, resulting in a lack of information that can be accessed by potential visitors. Video is an affcient tool for conveying information to the audience. This research method uses qualitative methods, with data collection trough observation, interview, literature studies, and documentation. The analysis method used is SWOT analysis (Strenght, Weakness, Opportunity, Treath). The design method used is Design Thinking Hasso-Plattner Institute of Design at Standford, which the stages of Emphatize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The result of the design in research are in the form of a video profile that displays the latest image and information of PIM, and invitaation to the audience to preserve and learn about history through the heritage at PIM. As a promotional need, the video is displayed on PIM and social media in the form of YouTube so that it can be accessed by anyone, anywhere, and anytime. This research aims to ensure that potential visitors do not lack information and are interested in visiting and learning history at PIM.

Keyword: Pengelolaan Informasi Majapahit, video profile, promotion

PENDAHULUAN

Menurut Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang Museum, Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat (Kemdikbud, 2019). Jawa Timur memiliki banyak sekali museum dengan berbagai macam sejarah, salah satunya adalah Museum Majapahit yang berada di kecamatan Trowulan kabupaten Mojokerto. Museum Majapahit atau yang biasa disebut dengan Museum Trowulan sendiri memiliki nama asli unit Pengelolaan Informasi Majapahit (PIM), yang merupakan sebuah tempat untuk melestarikan, mengelola, dan merawat situs peninggalan sejarah zaman Majapahit.

Peninggalan Majapahit yang dikelola oleh PIM sangat bermacam-macam. Berdasarkan bahannya, koleksi PIM dapat diklasifikasikan sebagai berikut, koleksi tanah liat (terakota), koleksi keramik, koleksi logam, serta koleksi batu (Nurcahyo, 2011). Adapun peninggalan Majapahit yang menjadi unggulan adalah situs pemukiman segaran, yang menggambarkan sebuah struktur pemukiman Majapahit yang terdiri dari selokan kecil, lantai, pecahan genting, serta sumur terakota. Berdasarkan banyaknya peninggalan Majapahit yang ada, nilai sejarah di unit PIM sangat tinggi sehingga banyak pengunjung yang datang, diantaranya adalah siswa yang sedang melaksanakan *study tour*, keluarga yang sedang berlibur, dan para turis asing yang juga sedang berwisata. Akses yang digunakan oleh turis asing biasanya melalui *agency travel* yang menjadikan PIM sebagai salah satu tempat wisata.

Informasi terkait dengan PIM akan dibagikan melalui laman web kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbhatim dan akun youtube yang bernama Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XI dengan jangkauan kebudayaan di seluruh Jawa Timur. Konten yang dibagikan semacam konten ekskavasi, review kepurbakalaan, konservasi, dokumentasi *event*, dan beberapa konten yang membahas tentang benda peninggalan Majapahit. Menurut bu Yanti Muda Oktaviana selaku Pamong Muda Ahli Budaya, PIM memiliki media promosi sendiri untuk membagikan informasi, namun media promosi tersebut sudah tidak beroperasi sejak

lama, karena segala informasi akan keluar melalui satu pintu yaitu BPK Wil XI. Hal tersebut mengakibatkan minimnya informasi yang dapat diakses oleh calon pengunjung.

Menurut beberapa pengunjung, informasi PIM memang diperlukan untuk mengetahui isi, gambaran, serta lokasi PIM yang akurat. Maka dari itu, dibutuhkan media yang dapat menyampaikan penjelasan dengan lugas dan jelas disertai dengan tampilan visual, salah satunya yaitu melalui video. Di dalam video terdapat proses penyampaian pesan dengan cara memvisualisasikan serta meperdengarkan dan memperlihatkan isi pesan informasi kepada penerima melalui media yang menunjangnya (Effendy, 2006). Dari beberapa jenis video, video profil merupakan salah satu video yang efisien untuk memperkenalkan sebuah organisasi, individu, maupun merek kepada audiens. Video profil harus mencakup informasi tentang keunggulan yang dimiliki instansi yang dapat menginformasikan, menarik, dan mempersuasi khalayak (Aulia et al., 2021).

Penelitian ini bertujuan merancang sebuah video profil Pengelolaan Informasi Majapahit (PIM) dengan kebutuhan untuk membagikan informasi dan sebagai upaya promosi. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

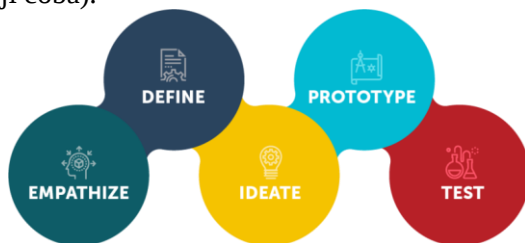
- (1) Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menunjang informasi dan promosi PIM?
- (2) Bagaimana merancang video profil yang tepat dan sesuai sehingga dapat menarik masyarakat untuk mengunjungi PIM?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan tujuan untuk mendapatkan data yang jelas dan akurat. Objek penelitian ini adalah Pengelolaan Informasi Majapahit atau yang lebih dikenal dengan Museum Majapahit yang berada di Jl. Pendopo Agung, Desa Trowulan, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Data pada penelitian ini ditemukan melalui dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi secara langsung di PIM ataupun secara tidak langsung. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui jurnal atau artikel dari pihak

lain yang berkaitan dengan perancangan video profil, video promosi, maupun penelitian terkait PIM sebelumnya.

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT, yang terdiri dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman) yang dapat menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dari PIM. Metode perancangan yang digunakan yaitu *design thinking* yang diajukan oleh Hasso Plattner di Stanford. Menurut Hasso Plattner dalam Oktavio (2022), *design thinking* terdiri dari 5 tahapan, yaitu *Empathize* (memahami masalah), *Define* (mengidentifikasi masalah), *Ideate* (menemukan ide), *Prototype* (membuat kerangka), dan *Test* (uji coba).



Gambar 1 Tahapan *design thinking*
(Sumber: Medium, 2019)

KERANGKA TEORETIK

Video

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) video adalah bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi. Video merupakan suatu bentuk teknologi untuk merekam, menangkap, memproses, dan mentransmisikan serta mengatur ulang gambar yang bisa bergerak (Utami, 2013). Video membuat seseorang lebih cepat memahami suatu topik daripada membaca tulisan dan ini merupakan kebiasaan manusia yang lebih cepat menangkap media visual daripada media tulisan (Astuti dan Desriyen, 2018). Terdapat aspek yang perlu diketahui dalam video, yaitu *frame rate*, format, rasio dan *frame size*.

a) Format video

Ada 8 format yang ditunjang oleh platform youtube, yaitu AVI, MP4, MPEG/MPG, WEBM, MOV, WMV, 3GPP, dan FLV (Bennet, 2023).

b) *Frame rate*

Satu gambar dalam video sama dengan satu *frame*, ukuran kecepatan putar dari

gambar-gambar dalam video disebut *frame rate*, dengan satuan yang disebut FPS (*frame per second*). Standar fps yang digunakan oleh video atau film adalah 24 atau 25 fps, 30 fps digunakan untuk siaran langsung TV, 50 fps digunakan untuk film *action* atau film *sports*, dan 60 fps digunakan untuk membuat efek *slow motion*.

c) Rasio dan *frame size*

Frame size merupakan sebuah ukuran lebar dan tinggi yang ada di dalam *frame* video, dengan satuan yang disebut piksel. Dalam youtube, terdapat video yang dikategorikan sebagai HD (*High Definition*) atau yang memiliki resolusi tinggi, seiring berkembangnya teknologi dengan meningkatnya sisi resolusi layar dan monitor, maka batas resolusi HD menjadi 1920 x 1080 pixel (1080p).

Dalam sebuah video juga terdapat rasio yang merupakan ukuran perbandingan antara tinggi dan lebar *frame*. Aspek rasio pada youtube memiliki standar rasio 16:9 atau 4:3, jika konten kreator membuat video dengan rasio 1:1 atau diluar standar rasio yang sudah disebutkan maka video tersebut tidak nyaman dilihat oleh audiens.

1) Konsep Dasar Video profil

Video company profile merupakan sebuah media informasi elektronik untuk menyampaikan sebuah pesan gambar elektronik untuk memberi informasi (Watulinga, Ugiarto, and Cahyono, 2017). Penelitian berbasis video profil ini bertujuan sebagai media pelayanan informasi dan promosi untuk memberikan informasi terkait Unit PIM secara detail kepada audiens.

2) Konsep Dasar Promosi

Menurut Kotler dan Keller dalam Dewi dan Masruhim (2016), promosi adalah bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga. Promosi dapat dilakukan di berbagai media dengan contoh visual dan kalimat persuasif agar target audiens tertarik dengan produk yang ditawarkan. Pada penelitian ini, video profil dirancang untuk

memberi informasi dan mengajak target audiens untuk mengunjungi PIM.

Teknik Live Shoot dalam Video Profil

Teknik *live shoot* adalah sebuah teknik pengambilan gambar bergerak atau video secara langsung. Menurut Prakoso dalam Pratama (2019), pengertian *live shoot* adalah gabungan dari hasil gambar bergerak tentang makhluk hidup dengan minimal satu karakter yang dimainkan oleh seseorang atau lebih dan menciptakan sebuah adegan. Teknik *live shoot* diperlukan untuk mengetahui gambar sebenarnya dari PIM, agar tidak minim informasi yang didapat.

Peran Motion Graphic dalam Video Profil

Motion graphic menurut Jon S. Karner dalam buku *Motion Graphic Design- Applied history and aesthetic* merupakan grafis yang menggunakan rekaman video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak atau rotasi, grafis, biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia (Krasner, 2008). Sedangkan pengertian *motion graphic* secara umum adalah penggabungan dari bahasa film dengan desain grafis dengan memasukkan elemen seperti 3D, 2D, ilustrasi, fotografi, video, dan musik.

Tipografi Salah Satu Unsur Utama dalam Video Profil

Tipografi bukan hanya seni, tetapi ilmu yang memiliki peran penting dalam memperlancar komunikasi visual (Assidiq, 2023). Tipografi adalah salah satu sarana untuk menerjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca, serta mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut kepada pembaca (Wijaya, 1999) Tipografi dapat ditemui di berbagai konteks visual, seperti poster, kemasan, ataupun logo. Tidak hanya itu, tipografi juga memiliki peran dalam sebuah video yaitu sebagai penjelas dari maksud sebuah informasi yang dibagikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Emphatize

Tahap pertama *design thinking* adalah memahami masalah dengan cara pengumpulan data melalui dua sumber, yaitu sumber data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil secara langsung melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari observasi yaitu pengunjung dari PIM adalah rata-rata siswa yang sedang melakukan *study tour*, pengunjung dengan kewarganegaraan asing, dan rombongan keluarga. Untuk keperluan promosi PIM memiliki konten yang dirancang untuk edukasi seperti sejarah museum, langkah yang diambil ketika menemukan benda bersejarah, dan pengenalan benda-benda bersejarah yang dibagikan melalui akun youtube Pengelolaan Informasi Majapahi. Serta konten pengenalan PIM yang dibagikan melalui akun youtube BPK wilayah XI.

Wawancara dilakukan dengan bu Yanti Muda Oktaviana selaku Pamong Muda Ahli Budaya mengatakan bahwa media promosi PIM sudah tidak aktif dan semua informasi akan dialihkan melalui web dan youtube Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XI. Menurut pengunjung informasi tentang PIM perlu diperbarui dan ada inovasi baru, karena yang telah beredar di web ataupun youtube merupakan informasi lama yang diunggah berulang-ulang. Kemudian ada pula dokumentasi yang diambil, yaitu ketika wawancara dan observasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil melalui perantara seperti jurnal ilmiah atau penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Salah satu jurnal yang dijadikan acuan adalah karya Rahajeng Rusvita Layli yang berjudul "Film Promosi Museum Majapahit Trowulan Mojokerto".

Define

Analisis yang digunakan pada tahap ini adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Menurut Sarwono dan Lubis dalam Arif Wicaksono (2015), mengatakan bahwa SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (evaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimalisir resiko yang mungkin timbul. Untuk membangun strategi yang sesuai, diperlukan matriks SWOT, yaitu

menggabungkan SWOT dari faktor internal dan faktor eksternal. Menurut David dalam Purba, Suliantoro, dan Rumita (2015), matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang membantu manajer untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu matriks S-O (*Strength Opportunity*), matriks W-O (*Weakness Opportunity*), matriks S-T (*Strength Treath*), matriks W-T (*Weakness Treath*).

Tabel 1. Analisis SWOT

	<u>Strength</u>	<u>Weakness</u>
	Menyimpan lebih dari 80.000 koleksi sejarah serta situs pemukiman segaran	Kurangnya informasi dari pihak terpercaya
<u>Opportunity</u>	<u>Matriks (S-O)</u>	<u>Matriks(W-O)</u>
Sosial media yang dapat dijadikan sebagai media promosi dan informasi	Memanfaatkan sosial media sebagai media informasi terkait benda bersejarah di unit PIM	Memanfaatkan sosial media seperti youtube sebagai media publikasi
<u>Threat</u>	<u>Matriks (S-T)</u>	<u>Matriks (W-T)</u>
Banyaknya museum arkeologi yang lebih menarik	Kekuatan promosi diambil dari situs pemukiman segaran yang menjadi favorit pengunjung	Merancang video profil sebagai media promosi dan informasi dengan teknik yang menarik

Ideate

Pra Produksi

1. Konsep

1.1 Tujuan kreatif

Merancang video profil dengan durasi 5-7 menit yang memuat informasi terkini dari PIM, serta mengajak masyarakat mengetahui peninggalan majapahit dengan

cara berkunjung ke PIM. Video profil dimuat di PIM serta youtube BPK wilayah XI, agar mudah diakses dimana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja.

1.2 Target Audiens

a. Demografis

Target audiens pada perancangan video profil ini adalah guru dan orang tua yang memiliki ketertarikan bermain sosial media.

Usia : 25-35

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Ekonomi : semua kalangan

Pendidikan : semua pendidikan

b. Geografis

Target audiens pada perancangan video profil ini adalah guru dan orang tua yang berada di seluruh bagian Indonesia terutama daerah Mojokerto dan Jombang.

c. Psikografis

Para guru dan orang tua yang suka berwisata, memiliki ketertarikan dalam sejarah, bermain sosial media, dan suka melihat video.

d. Gaya

Video profil Unit PIM dirancang melalui penggabungan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, dengan merekam segala peninggalan sejarah dan segala sudut Unit PIM dengan teknik *live shoot* ditambah dengan *motion graphic* untuk menambah warna dalam video, agar video profil tersebut tidak monoton.

e. Tone Warna

Warna yang digunakan sebagai *color grading* dalam video merupakan warna vintage seperti warna kecoklat-coklatan yang bertujuan untuk merepresentasikan sejarah. Sedangkan warna teks dalam video menggunakan warna putih (#FFFFFF) dan kuning (#F29102), agar dapat menarik perhatian dan dapat terbaca dengan jelas.

f. Audio

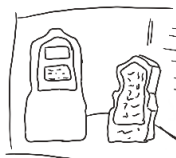
Musik atau *backsound* menggunakan musik instrumen *modern pop* seperti musik inspirasi inovasi, *beat* nada pada musik tersebut bergelombang menciptakan suasana yang meyakinkan dan membentuk emosi audiens.

2. Naskah

Naskah atau narasi video profil PIM dirancang sesuai data yang sudah dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Naskah video profil meliputi lokasi spesifik PIM, jumlah koleksi yang ada di PIM, pembagian tempat benda-benda peninggalan Majapahit, fasilitas yang disediakan oleh PIM, informasi jadwal operasional PIM, serta kalimat persuasif yang disampaikan oleh motivator yang ditujukan kepada target audiens agar mengunjungi PIM.

3. Storyboard

Tabel 2. Storyboard

Gambar	Keterangan	Angle - type shot
	Menampilkan gedung museum dari atas	bird eye – extreme long shot
	Menampilkan museum dari dalam	Eye level – medium shot
	Menampilkan ruangan kisah panji	Eye level – medium shot, close up
	Menampilkan peninggalan di ruang koleksi islam	Eye level – medium shot
	Menampilkan ruang keseharian majapahit	Eye level – medium shot

	Menampilkan pendopo belakang	Eye level – long shot, medium close up
	Menampilkan situs pemukiman segaran dari atas tenda dan dalam tenda	Eye level – long shot, medium shot
	Menampilkan fasilitas museum	Eye level – long shot, medium shot
	Menampilkan artist sebagai motivator dan promotor PIM	Eye level – medium shot

4. Alat Produksi

Pada tahap tahap produksi diperlukan beberapa alat untuk mendukung prses produksi video profil Unit PIM, Alat-alat yang digunakan diantaranya:

Tabel 3. Alat Produksi

Yang digunakan	Disarankan
Kamera Sony a6000	Kamera Sony a7R IV
Gimbal dji rs2	Gimbal dji rs2
Drone dji mavic air 2	Drone dji mini 3 pro
Mikrofon zoom h1n	Mikrofon costa true
Lensa fix 35mm	Lensa fix 35mm

5. Biaya Produksi

Terdapat beberapa kebutuhan dalam setiap proses produksi video profil, seperti alat yang digunakan, artis yang bertugas mengisi *voice over*, serta *editing* dalam video tersebut. Untuk menghasilkan video yang sesuai maka biaya yang dibutuhkan adalah:

Tabel 4. Biaya Produksi

Alat			
Kebutuhan	Harga	Hari	Total
Kamera	Rp200.000	1	Rp200.000

sony a6000		hari	
+ lensa fix			
Stabilizer	Rp100.000	1	Rp100.000
dji rs2		hari	
Mic zoom	Rp50.000	1	Rp50.000
h1n		hari	
Drone	Rp450.000	1	Rp450.000
mavic air 2		hari	
Artis			
Kebutuhan	Harga	Hari	Total
Voice over	Rp150.000	1	Rp150.000
		hari	
Edit			
Kebutuhan	Harga	Hari	Total
Editing	Rp200.000	3	Rp600.000
		hari	

Prototype

Produksi

1. Pengambilan Gambar

Pengambilan video meliputi situs pemukiman segaran, kolam segaran, dan kawasan PIM yang menggunakan alat drone dji mavic air 2. Sedangkan untuk pengambilan gambar yang meliputi motivator, fasilitas, replika rumah Majapahit, serta peninggalan Majapahit seperti arca, relief, patung, prasasti menggunakan kamera digital Sony a6000 dan stabilizer rs2.

2. Perekaman Suara

Proses perekaman suara dilakukan pada malam hari untuk menghindari banyak noise dengan menggunakan microfon sebagai alat untuk merekam

3. Pembuatan Motion Graphic

Pembuatan motion graphic menggunakan aplikasi Adobe After Effect, *Motion graphic* yang dirancang adalah *google maps* arah jalan menuju Unit PIM, kemudian di render dan dipindah ke dalam aplikasi adobe premiere pro CS6 untuk melakukan pengeditan lebih lanjut, seperti menambahkan tipografi.

Post Produksi

Editing

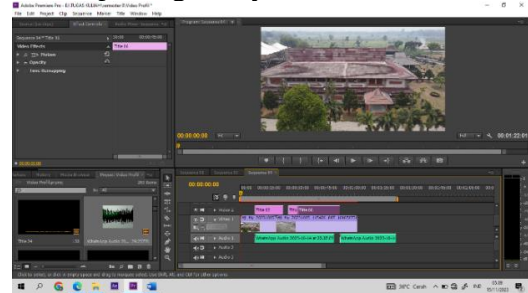
Aplikasi yang digunakan pada tahap *editing* video profil adalah Adobe Premiere Pro CS6 dengan resolusi 1080p dan frame rate standar perfilman sebanyak 25fps. Editing yang dilakukan adalah memasukkan footage kemudian

melakukan *cropping* atau membuang bagian-bagian yang tidak penting.



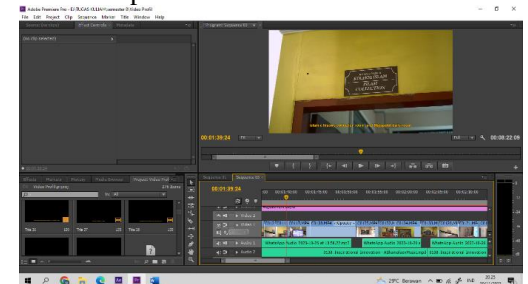
Gambar 2 *Cropping footage*
(Sumber: Nuril, 2023)

Editing selanjutnya yaitu menambahkan *credit title* yang digunakan sebagai narasi video dalam bahasa Inggris, serta menambahkan tipografi pada bagian bumper dan informasi-informasi penting lainnya.



Gambar 3 menambahkan *credit title*
(Sumber: Nuril Azmi, 2023)

Menambahkan *voice over* yang sudah direkam, dan disinkronkan dengan teks narasi dan tipografi. *Backsound* yang dipakai yaitu musik inspirasi dan inovasi yang menggunakan instrumen *modern pop*, agar menciptakan suasana yang meyakinkan dan membentuk emosi pendengar. Untuk membuat video terkesan lebih hidup, ditambahkan *color grading* seperti memperbaiki *exposure*, *white balance*, atau warna yang berbeda pada tiap shot, serta menggunakan palet tiga warna untuk mengatur mood warna pada video.



Gambar 4 *color grading* dan *background*

(Sumber: Nuril, 2023)

Rendering

Format yang digunakan pada pengaturan adalah H.264 agar file yang dihasilkan menjadi format .mp4. Format .mp4 sering dipilih karena dapat diputar di semua perangkat pemutar video, tujuannya adalah memudahkan pengguna untuk mengakses video tersebut. Terdapat beberapa scene dari hasil perancangan video profil PIM. Video diambil dengan *angle bird eye* tersebut dijadikan bumper dalam video profil karena menampilkan kawasan PIM dari atas, sehingga dapat terlihat secara keseluruhan dari wilayah tersebut.



Gambar 5 Bumper video profil
(Sumber: Nuril, 2023)

Sentuhan *motion graphic* agar video lebih terlihat dinamis dan menarik, yang berupa maps atau penunjuk jalan dari arah jl. raya Trowulan. Kemudian adanya kolam segaran sebagai penanda bahwa PIM bertempat tidak jauh dari kolam tersebut.



Gambar 6 Motion graphic
(Sumber: Nuril, 2023)

Ruangan koleksi islam yang didalamnya terdapat batu nisan milik Fatimah binti Maimun yang ditemukan di Kompleks Makam Leran di Gresik dan nisan dari Kompleks Makam Troloyo. Video ini diambil menggunakan *low angle*.



Gambar 7 Ruangan koleksi islam
(Sumber: Nuril, 2023)

Ruang keseharian Majapahit yang berisi alat perlengkapan upacara, seperti arca dewa dewi, kendi susu, miniatur candi, dan sebagainya. Ada pula alat perdagangan seperti timbangan dan koin sebagai alat tukar, serta alat-alat rumah tangga seperti anglo, periuk, wadah air, dan lain-lain. Video ini diambil dengan *eye level angle*.



Gambar 8 Benda peninggalan Majapahit
(Sumber: Nuril, 2023)

Situs pemukiman segaran merupakan situs unggulan yang dimiliki oleh PIM, situs tersebut terdiri dari selokan kecil, pecahan genting, lantai, sumur terakota, dan beberapa bagian lainnya. Diatasnya terdapat kontruksi berupa bangunan tenda untuk menjaga situs pemukiman segaran dari hujan dan paparan sinar matahari. Selain itu, tenda tersebut digunakan sebagai museum terbuka agar wisatawan dapat mendokumentasikan situs dari atas.



Gambar 9 Situs pemukiman segaran
(Sumber: Nuril, 2023)

Validasi

Validasi perlu dilakukan untuk menunjang keabsahan data pada “Perancangan Video Profil Unit Pengelolaan Informasi Majapahit (PIM)”, proses validasi melibatkan beberapa pihak ahli dalam bidang yang berkaitan dengan hasil dari penelitian ini. Validator akan mengukur keabsahan data menggunakan skala likert dengan beberapa kategori, yaitu sangat baik, baik, cukup, kurang, dan sangat kurang.

Presentase penilaian: $\frac{\text{jumlah skor penilaian (F)}}{\text{jumlah skor tertinggi (N)}} \times 100$

Tabel 5 Kriteria Kategori Penilaian

Angka	Kategori	Presentase
1	Sangat Kurang	1-25%
2	Kurang	26-50%
3	Baik	51-75%
4	Sangat Baik	76-100%

a. Validasi Materi

Untuk menilai kesesuaian materi pada video profil, validator materi dalam penelitian ini adalah Bu Yanti Muda Oktaviani selaku pamong muda ahli budaya di Unit PIM.

Tabel 6 Validasi materi

Aspek	Indikator	Penilaian			
		1	2	3	4
Kualitas materi	Ketepatan isi dengan kompetensi yang ingin dicapai				✓
	Kelengkapan materi				✓
Manfaat materi	Kemanfaatan materi				✓
	Kualitas informasi				✓
Jumlah nilai					
Nilai rata-rata		$P = \frac{16}{16} \times 100\%$			
Keterangan:		$P = \frac{16}{16} \times 100\%$			
P = Presentase		$P = 100\%$			
F = Jumlah Skor Penilaian					
N = Jumlah Skor Maksimal					

b. Validasi Media

Untuk menilai kesesuaian dan ketepatan video diperlukan validator ahli media, yaitu Himmatin Aulia Isyrofi yang sedang menggeluti bidang videografi.

Tabel 7 Validasi Media

Aspek	Indikator	Penilaian			
		1	2	3	4
Kualitas media	Kualitas video yang ditampilkan				✓
	Kejelasan visual dalam video			✓	
	Kejelasan suara			✓	
	Kejelasan teks			✓	
	Durasi video			✓	
Kualitas bahasa	Penggunaan bahasa indonesia			✓	
	Penggunaan bahasa asing			✓	
	Kesesuaian penempatan kalimat			✓	
	Tata letak video			✓	
	Penyajian video				✓
Jumlah nilai					
Nilai rata-rata		$P = \frac{F}{N} \times 100\%$			
Keterangan:		$P = \frac{32}{40} \times 100\%$			
P = Presentase		$P = 80\%$			
F = Jumlah Skor Penilaian					
N = Jumlah Skor Maksimal					

Test

Media yang dipakai untuk uji coba hasil perancangan video profil adalah google formulir dengan beberapa list pertanyaan, audiens memilih pada kolom “ya” atau “tidak” sebagai nilai kesesuaian video profil dengan pertanyaan yang diajukan. Target audiens akan mengulas dan memberi nilai setelah melihat tayangan video profil Unit PIM. Mekanisme uji coba yaitu *link* google formulir dibagikan kepada 20 target audiens yang terdiri dari 5 guru dan 15 wali

murid yang anaknya sedang menempuh pendidikan di PAUD, TK, SD, atau SMP untuk mengisi tingkat kesesuaian dari perancangan video profil. Setelah memberikan beberapa pertanyaan kepada 20 target audiens, maka data yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 8 Testing

NO	Pertanyaan	Presentase	
		ya	tidak
1	Apakah informasi pada video sangat membantu?	100%	0%
2	Apakah video sudah menarik?	85%	15%
3	Apakah audio sudah sesuai dengan video?	95%	5%
4	Apakah bahasa mudah dipahami?	100%	0%
5	Apakah tipografi dalam video mudah terbaca	95%	5%
6	apakah penggunaan warna pada tipografi sudah sesuai?	95%	5%

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini adalah museum majapahit ini memiliki banyak peninggalan dari kerajaan majapahit, singasari, kediri, serta airangga. Hal tersebut menjadikan PIM memiliki nilai sejarah yang tinggi, dan sering menjadi tujuan sekolah untuk belajar mengenai sejarah serta keluarga yang sedang berlibur bersama. Namun, tingginya nilai sejarah yang dimiliki PIM tidak dibarengi dengan media informasi dan promosi yang mendukung. Maka dari itu, diperlukan video untuk menunjang informasi lengkap dan terkini dari PIM, media video dipilih karena dapat memberikan gambaran secara realistis terkait keadaan PIM yang terkini. Selain itu, video juga banyak digunakan untuk menyampaikan pesan karena lebih mudah dipahami oleh audiens.

Perancangan video profil pada penelitian ini menggunakan *teknik live shoot* dan *motion graphic*, dengan dua teknik tersebut informasi dapat tersampaikan secara detail dan tidak

membosankan. Teknik *live shoot* digunakan agar audiens dapat melihat secara nyata keadaan terkini dari PIM, dan teknik *motion graphic* digunakan agar video lebih menarik, tidak membosankan, dan mudah dipahami oleh audiens. Target audiens pada penelitian ini yaitu menasar guru dan para orang tua yang berumur 25 tahun sampai 35 tahun. Para orang tua dan guru pada umur tersebut, biasanya menyukai aktivitas jalan-jalan serta mengenalkan pengetahuan yang baru terhadap anak-anak mereka. Maka dari itu, melalui guru dan orang tua, anak-anak bisa mendapatkan pengetahuan sejarah dan dapat melestarikan cerita serta budaya dari Majapahit.

Adanya video profil Pengelolaan Informasi Majapahit ini diharapkan dapat membantu calon pengunjung untuk menemukan banyak informasi terbaru dari PIM. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk pihak PIM adalah mengoperasikan kembali media yang dapat digunakan untuk melakukan promosi. Ada pula saran untuk para guru dan orang tua agar mengajak anak-anaknya belajar memahami sejarah, agar dapat melestarikan sejarah dan budaya untuk kedepannya.

REFERENSI

- Arif Wicaksono, Satrio. 2015. "PERANCANGAN BRANDING TROWULAN MELALUI SITUS PURBAKALA SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN WARISAN BUDAYA LOKAL"
- Assidiq, Muhammad Zabarrekha. 2023. "Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi, Dan Tips Penggunaan." Telkom University. 2023. <https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-tips-penggunaan/>.
- Astuti, Danisa Puji, and Desriyen. 2018. "PEMBUATAN VIDEO SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN" 7 (1): 181–89.
- Aulia, Muhammad Akhdan, Asaas Putra, Universitas Telkom, and Platform Pembelajaran. 2021. "PERANCANGAN VIDEO PROFILE SEBAGAI MEDIA

- PROMOSI PADA CELOE LMS” 8 (5): 7230–35.
- Bennet, Richard. 2023. “Format Video Terbaik Untuk Diunggah Ke Youtube.” 2023. <https://filmora.wondershare.co.id/youtube/best-video-format-for-youtube.html>.
- Effendy, Heru. 2006. *Mari Membuat Film*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Kemdikbud. 2019. “Pengertian Museum.” 2023. <https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum>.
- Krasner, Jon. 2008. *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetic*. Oxford: Elsevier.
- Nurchahyo, Abraham. 2011. “Museum Trowulan Dan Historiografi Majapahit Penguat Identitas Bangsa.” *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya* 1 (1): 83. <https://doi.org/10.25273/ajsp.v1i1.132>.
- Oktavio, Adrie, Agoes Tinus Lis Indrianto, and Liestya Padmawidjaja. 2022. “Model Pembelajaran Design Thinking Untuk Pengembangan Desa Wisata: Studi Kasus Desa Peniwen.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 9 (3): 1324–34.
- Pratama, Andreansyah. 2019. “Implementasi Vidio Live Shoot Safety Induction Di Gedung Graha Politeknik Negeri Sriwijaya,” 5–25.
- Purba, AB, H Suliantoro, and R Rumita. 2015. “Perancangan Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus: Bank Jateng Pusat Semarang).” *Industrial Engineering Online Journal* 4 (4).
- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, Riski Sulistiarini. 2016. “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gofood Di Jakarta.” *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur* 2010 (marketing mix): 5–24.
- Utami, Devi Rahmi. 2013. “Chemical Information and Modelling.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Watulinga, Abraham Ody, Muhammad Ugiarto, and Bambang Cahyono. 2017. “Pembuatan Media Video Profil Pada Perusahaan Amplang Sebagai Media Pengenalan Produk.” *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*. <https://doi.org/10.30872/jurti.v1i1.639>.
- Wijaya, Priscilia Yunita. 1999. “Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual.” *Nirmana* 1 (1): 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>.