

---

## PEMBUATAN VIDEO PROFIL DENGAN EFEK VINTAGE KAMPUNG WISATA ADAT SENGKOAHS SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Zohriyatun Apriliani<sup>1</sup>, Uswatun Hasanah<sup>2</sup>, Andi Sofyan Anas<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Jurusan Ilmu Komputer Universitas Bumigora

<sup>1</sup>[apriliani.lian@gmail.com](mailto:apriliani.lian@gmail.com), <sup>2</sup>[uswatun@stmikbumigora.ac.id](mailto:uswatun@stmikbumigora.ac.id), <sup>3</sup>[andi.sofyan@stmikbumigora.ac.id](mailto:andi.sofyan@stmikbumigora.ac.id)

### Abstrak

Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu kabupaten yang mendukung terbentuknya Desa Wisata. Salah satu Desa Wisata yang belum lama ini dirintis yaitu Kampung Wisata Adat Sengkoah. Kampung ini belum banyak diketahui masyarakat luas karena kurangnya penyebaran informasi. Sebelumnya penyebaran informasi hanya melalui laman facebook dan artikel internet. Dalam rangka memperkenalkan Kampung Wisata Adat Sengkoah ini, peneliti membuat sebuah video profil dengan efek vintage. Dimana efek vintage ini akan menguatkan kesan masa lampau pada bagian video yang diperlukan. Dalam proses pembuatan video profil melalui tiga tahapan yaitu, pertama tahap pra-produksi dimana dimulainya survei lokasi dan pembuatan konsep video. Kedua tahap produksi yaitu pengambilan gambar dan perekaman suara serta mempersiapkan semua bahan yang dibutuhkan dalam video. Ketiga tahap pasca-produksi merupakan tahap editing video yang menyatukan semua bahan yang dibutuhkan hingga menjadi sebuah video utuh. Setelah melakukan semua tahapan tersebut diharapkan mampu menghasilkan video profil Kampung Wisata Adat Sengkoah dengan efek vintage. Sehingga video ini bisa dijadikan media informasi yang lebih efektif untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang keberadaan kampung wisata ini serta kegiatan adat yang ditawarkan. Untuk mengetahui kelayakan video yang telah dibuat dilakukan beta test dengan mengajukan keusioner kepada 30 responden. Hasil yang didapatkan yaitu video profil dengan efek vintage kampung wisata adat Sengkoah layak untuk disebarluaskan.

**Kata kunci:** Video profil, efek vintage, Kampung Wisata Adat Sengkoah

## MAKING OF VIDEO PROFILE WITH VINTAGE EFFECT OF SENGKOAHS TRADITIONAL KAMPUNG AS INFORMATION MEDIA

### Abstract

Central Lombok Regency is one of the districts that supports the establishment of Tourism Villages. One of the Tourism Villages that was recently initiated was the Sengkoah Traditional Tourism Village. This village has not been widely known by the wider community due to lack of information dissemination. Previously the dissemination of information was only through facebook pages and internet articles. In order to introduce this Sengkoah Indigenous Tourism Village, researchers created a profile video with vintage effects. Where this vintage effect will strengthen the impression of the past in the video part that is needed. In the process of making a profile video through three stages, namely, the first pre-production stage where the location survey and video drafting begin. The two stages of production are taking pictures and recording sound and preparing all the materials needed in the video. The three post-production stages are the video editing stage that brings together all the materials needed to become a complete video. After doing all of these steps, it is expected to produce a profile video of the Sengkoah Traditional Tourism Village with vintage effects. So that this video can be used as a more effective medium of information to introduce to the general public about the existence of this tourist village and the traditional activities offered. To find out the feasibility of the videos that have been made a beta test is proposed by submitting questionnaires to 30 respondents. The results obtained were profile videos with vintage effects of the traditional Sengkoah tourist village worthy of dissemination.

**Keywords:** Profile videos, vintage effects, Sengkoah Traditional Tourism Village

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Inskeep (1991) Desa Wisata adalah dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal di dalam atau didekat kehidupan tradisional atau desa-desa terpencil dan mempelajari kehidupan desa dan lingkungan setempat. Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu kabupaten yang mendukung terbentuknya Desa Wisata. Menurut pengakuan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disbudpar) Lombok Tengah, H. L. Moh. Putria, saat ini terdapat 49 destinasi wisata yang sudah ada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dengan anggota berjumlah 30 hingga 50 orang. Jumlah tersebut termasuk Desa Wisata.

Salah satu Desa Wisata yang paling terkenal yaitu Desa Sade. Informasi tentang Desa Sade dengan mudah kita jumpai di internet dalam berbagai bentuk, baik itu dalam bentuk artikel maupun *audio visual*. Untuk memperkenalkan Desa Wisata lainnya diperlukan media informasi yang diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat luas. Penyebaran informasi saat ini tidak cukup berupa teks saja, tetapi mencakup semua unsur multimedia yaitu teks, grafik, animasi, *audio* dan video. Salah satu bentuk penyampaian informasi berbentuk *audio visual* yaitu video profil.

Menurut Irfan (2013:50) video *company profile* salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah [5]. Dilihat dari pengertiannya video profil merupakan media informasi yang tepat untuk memperkenalkan potensi daerah, karena mampu menampilkan informasi dengan lebih detail. Salah satu Desa Wisata yang belum lama ini dirintis yaitu Kampung Wisata Adat Sengkoah.

Dalam rangka memperkenalkan Kampung Wisata Adat Sengkoah ini, peneliti membuat sebuah video profil dengan efek *vintage*. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Naji (2016) yang berjudul "Video Profil Sebagai Promosi Pondok Pesantren" hasil penelitian ini tidak memberikan efek tertentu, oleh karena itu peneliti membuat video profil dengan efek *vintage* di Kampung Sengkoah. Efek *vintage* lebih diidentikkan dengan sesuatu yang kuno. Dalam video efek *vintage* akan memberikan kesan masa lampau dengan merubah warna pada video. Efek *vintage* ini sesuai dengan tema KWAS yang masih menjaga kearifan lokal dan adat istiadat yang sudah ada sejak zaman dahulu.

Dari latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan masalah yaitu, bagaimana cara membuat video profil dengan efek *vintage* Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai media informasi.

Ruang lingkup pemanfaatan multimedia sangat luas sesuai dengan fungsi dan penerapannya, oleh karena itu diberikan batasan masalah untuk

memfokuskan pembahasan. Batasan masalah yang penulis berikan antara lain:

- a. Objek penelitian adalah Kampung Wisata Adat Sengkoah
- b. Isi video adalah kegiatan warga serta program-program yang ditawarkan (pekembayanan, tari tradisional, peresean, zikir saman, belajar Bahasa Inggris)
- c. Perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan video yaitu *AdobePremierePro* dan *AdobeAfterEffect*
- d. Video profil diberikan efek *vintage* pada bagian yang diperlukan dan menambahkan unsur multimedia lainnya (teks, audio, gambar)
- e. Video profil berdurasi 10 menit

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Multimedia

Secara harfiah arti kata multimedia terdiri dari kata *multi* yang berarti banyak dan *media* yang berarti sarana. Namun pengertian multimedia secara umum yaitu sebuah bentuk karya yang terdiri dari banyak bentuk/format data yang berbeda. Sedangkan menurut Vaughan (2004), pengertian multimedia yaitu kombinasi teks, seni, suara, gambar, animasi, dan video kemudian disampaikan melalui komputer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disampaikan atau dikontrol secara interaktif.

Elemen-elemen multimedia terdiri dari 5 bagian yaitu:

#### a. Teks

Fungsi utama teks yaitu untuk menyampaikan pesan dalam bentuk komunikasi tertulis. Elemen teks tidaklah sulit untuk diidentifikasi baik bentuk maupun wujudnya, tetapi ketika teks menjadi unsur pembangun multimedia bukanlah perkara sederhana. Setiap teks memiliki atribut, *properties*, dan nilai untuk membedakan masing-masing *font* dalam penggunaannya pada salah satu konten multimedia. Penggunaan elemen teks dalam multimedia antara lain membuat judul dan sub judul, navigasi dengan teks, materi multimedia, rumus kimia, fisika, simbol matematis dan lain sebagainya dalam bentuk teks statis maupun dinamis.

#### b. Grafis

Elemen grafis atau gambar menjadi elemen penting dalam multimedia karena sebuah gambar mampu menjelaskan banyak hal. Citra (*image*) secara harfiah merupakan gambar pada bidang dua dimensi. Secara garis besar gambar dalam multimedia dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu gambar diam (*still image*) dan gambar bergerak (*moving image*). Gambar diam tidak mengandung animasi atau perulangan sedangkan gambar bergerak adalah rangkaian gambar lebih dari satu yang ditampilkan secara berurutan dengan konsep pergerakan menggunakan teknik *frame to frame* atau teknik *motion*.

c. Suara

Suara atau *audio* merujuk kepada berbagai frekuensi yang mampu didengar oleh manusia. Frekuensi 20Hz merupakan frekuensi terendah yang dapat didengar oleh manusia sedangkan frekuensi tertinggi yang mampu didengar yaitu 20kHz. Suara merupakan gelombang akibat tekanan udara, artinya kita mampu mendengar suara karena telinga kita sensitif terhadap gelombang udara tersebut, jika tidak ada udara maka kita tidak mampu mendengar apapun. Pekerjaan dalam bidang *audio* meliputi produksi, perekaman, dan reproduksi gelombang suara.

d. Animasi

Animasi adalah *Illusion of motion* yang dibuat dari rangkaian gambar statis yang berurutan dan ketika diputar ulang terciptalah sebuah animasi. Animasi juga dapat dikatakan membuat presentasi statis menjadi hidup, dengan kata lain terjadi perubahan visual dalam *display computer* dari sebuah produk multimedia.

e. Video

Video merupakan teknologi pemrosesan sinyal elektronika yang mewakilkan gambar bergerak. Video menjadi elemen yang penting dalam multimedia dan paling memikat, dan juga menjadi piranti yang mampu mempersingkat pembelajaran dengan dunia nyata. Dikatakan demikian karena bila dibandingkan dengan gambar statis dalam penyampaian informasi masih terasa ada yang kurang, sedangkan dengan video informasi dapat disajikan dengan lebih *real* atau nyata.

2.2 Video Profil

Video profil adalah sebuah gambaran informasi tentang riwayat seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan diterima dikalangan masyarakat umum. Informasi tersebut disebarkan dalam bentuk *audiovisual* atau video (Kuswandi, 2010). Video profil ini sangat akurat sebagai media informasi untuk potensi suatu daerah karena dapat menampilkan informasi lebih nyata.

2.3 Efek *vintage*

Dalam kamus Oxford dijelaskan bahwa kata *vintage* berasal dari Bahasa latin yaitu *vindemia* merupakan gabungan dari kata *vinum* yang berarti *wine* atau minuman hasil fermentasi anggur dan *demere* yang berarti *remove* atau menghapus. Kata *vintage* ini sering digunakan oleh petani anggur ketika panen. Namun perubahan makna terjadi karena terbentuknya kosa kata baru dalam Bahasa Inggris yaitu "*vintage as an activity of giving a second life to items that have been considered as junk*" yang berarti "*vintage sebagai aktifitas memberikan kehidupan kedua untuk item yang dianggap sebagai sampah*" (Hasan, 2015).

Tetapi ketika berbicara *Vintage* sebagai efek dari sebuah foto atau videodidentikkan dengan sesuatu yang kuno atau masa lampau, tetapi kini







lebih menekankan kombinasi antara model kuno dengan model masa kini. Menurut kamus Oxford sendiri *vintage* merupakan karya desain baru yang mengacu pada gaya desain tempo dulu sekitar tahun 1920-1960 [9]. Contoh gambar dengan efek *vintage* terlihat pada gambar 1.





Gambar 1. Tampilan gambar dengan efek *vintage*

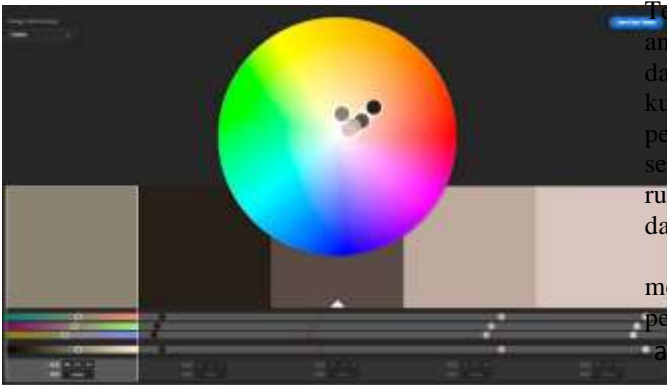
Dari beberapa sumber terpercaya yang sudah menerapkan efek *vintage* pada foto maupun video hasil karyanya, skema warna yang dominan terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Skema warna dominan pada efek *vintage*

Gambar	Skema warna dominan
 <p>Sumber:  Artikel : Tinjauan digital imaging photography Prewedding di Capture Multimedia Production Oleh : Muhammad Nurazis Rodli</p>	
 <p>Sumber:  Tutorial : How to create vintage video effect in adobe premiere pro Oleh: spoon graphics</p>	
	

<p>Sumber:</p> <p>Tutorial : Creating a vintage film effect in Premiere Pro Oleh : Mac Square</p>	
	
<p>Sumber:</p> <p>Tutorial : How to create a vintage look in After Effect Oleh : Ignace Aleya</p>	

Jika diperhatikan dari contoh-contoh penggunaan efek vintage diatas, warna-warna yang mendominasi yaitu warna kecoklatan atau warna-warna hangat dengan tingkat saturasi rendah dan tidak menggunakan warna cerah. Warna dominan pada efek *vintage* dalam video profil ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Warna-warna dominan efek *vintage* dalam video profil KWAS

#### 2.4 Media Informasi

Menurut Smaldino, Lowther dan Russell media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti perantara dan menjadi sarana komunikasi. *Medium* berasal dari Bahasa Latin yang berarti “antara”, yang merujuk pada apa saja yang membawa informasi dari sumber kepada penerima. Kategori dasar media yaitu teks, audio, visual, video, perekayasa (*manipulative*)/ benda dan orang. Sedangkan menurut Olson (1972:21) media merupakan teknologi untuk menyajikan, merekam, membagi, dan mendistribusikan simbol melalui rangsangan indra tertentu disertai penstrukturan informasi [8].

Definisi informasi menurut Gordon B. Davis yaitu data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan

saat itu atau keputusan mendatang. Fungsi informasi yaitu menambah pengetahuan bagi pemakai informasi, karena informasi berguna untuk memberikan gambaran tentang suatu permasalahan sehingga dapat menentukan keputusan lebih cepat.

Dengan definisi diatas dapat dikatakan bahwa media informasi merupakan segala bentuk perantara atau sarana untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada penerima.

#### 2.5 Kampung Wisata Adat Sengkoah

Siti Lathifah Nujumuddin bersama suaminya L. Wiradana Kusuma merupakan penggebrak berdirinya Kampung Wisata Adat Sengkoah, menurut pendapat beliau terdapat sesuatu yang khas dari kehidupan penduduk KWAS yang layak untuk diperkenalkan kepada masyarakat luas. Kampung Wisata Adat Sengkoah (KWAS) ini merupakan salah satu desa wisata adat yang belum lama diresmikan, tepatnya pada bulan april 2017 lalu. KWAS terletak di Desa Labulian, Jonggat, Lombok Tengah. Daya tarik utama dari KWAS yakni kearifan lokal yang masih kental dan dipertahankan hingga kini oleh penduduk setempat. Dari hasil wawancara dengan pengelola KWAS, menyatakan bahwa penduduk kampung Sengkoah merupakan keturunan dari kerajaan kuripan. Terdapat beberapa situs sejarah yang bisa ditemukan antara lain situs Batu Tinggang, Pedewaq Pelabu, dan makam Datu Kuripan. Kampung ini dihuni oleh kurang lebih 32 kepala keluarga. Mayoritas pekerjaan mereka sebagai petani dan peternak, sedangkan pekerjaan sampingan untuk para ibu rumah tangga yaitu membuat anyaman seperti tikar dan pandan, tas rotan dan masih banyak lainnya.

Sebagai destinasi wisata adat, KWAS menyajikan beberapa kesenian adat untuk para pengunjung, antara lain:

- a. Peresean  
Peresean merupakan pertarungan 2 orang yang menggunakan senjata dari rotan dan sebuah tameng untuk masing-masing orang. Peresean ini sebagai salah satu ajang untuk menunjukkan betapa kesatrianya orang sasak dari para *pepadu* (orang yang bertarung). Anak laki-laki kampung Sengkoah diajarkan untuk bisa peresean, selain untuk melestarikan adat budaya sasak juga sebagai kegiatan yang disuguhkan untuk para pengunjung.
- b. Tari Zikir Saman  
Tari Zikir Saman yang ada di pada suku sasak berbeda dengan zikir saman yang berada di Aceh. Zikir Saman ini merupakan gerakan Pencak Sasak yang biasanya dilakukan oleh sekelompok laki-laki yang diiringi dengan bacaan-bacaan sholawat.
- c. Kepembayunan  
Kepembayunan ini merupakan bacaan aksara sasak kuno yang biasanya dibaca ketika acara



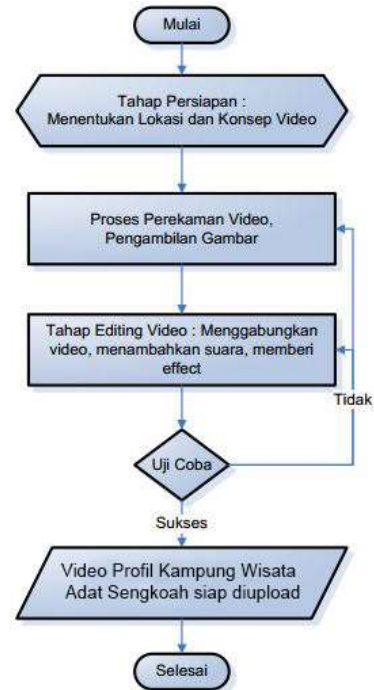
pernikahan adat suku sasak pada prosesi *sorong serah aji krame*.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data antara lain:

- a. Wawancara  
Untuk mendapatkan informasi tentang Kampung Wisata Adat Sengkoah (KWAS), penulis melakukan wawancara kepada pengelola dan ketua adat KWAS.
- b. Observasi  
Penulis melakukan observasi lokasi yang akan digunakan untuk pengambilan gambar. Menentukan bagian apa saja dari Kampung Wisata Adat Sengkoah yang perlu untuk diambil gambarnya, seperti fasilitas dan suasana kampung.
- c. Studi dokumentasi  
Peneliti melakukan studi dokumentasi untuk mencari referensi apa saja yang perlu dicantumkan dalam penulisan penelitian ini. Penulis mengambil referensi dari buku dan artikel terkait dengan penelitian ini dan beberapa data diambil dari dokumentasi pribadi pengelola dan juga internet.
- d. Kuesioner  
Kuesioner digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap video yang dibuat dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Setelah mendapatkan data dari penyebaran kuesioner selanjutnya dilakukan uji statistik.

Dalam produksi video secara umum melalui 3 tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, pasca-produksi, seperti yang terlihat pada gambar 1.



Gambar 3. Tahapan pembuatan video

Penjelasan tentang *flowchart* diatas yaitu langkah awal yang dilakukan yaitu mulai, kemudian menuju tahap persiapan dimana kegiatan yang dilakukan yakni mengunjungi lokasi Kampung Wisata Adat Sengkoah. Setelah mengetahui kondisi kampung tersebut maka dibentuklah ide untuk membuat video seperti apa yang diinginkan, bagian ini merupakan tahapan pra-produksi. Setelah tahapan persiapan selesai, kemudian dilanjutkan dengan tahap proses dimana proses perekaman video dan pengambilan gambar, kegiatan ini termasuk dalam tahap produksi.

Tahap selanjutnya yang termasuk dalam tahap pasca-produksi yaitu kegiatan *editing* video yang dilakukan untuk menggabungkan semua bahan yang diperlukan dari tahap produksi. Tahap *editing* ini memiliki peran yang sangat penting, karena pada tahap ini yang akan menentukan agar penyampaian informasi sesuai dengan yang diinginkan. Jika tahap *editing* telah selesai kemudian dilakukan uji cobat, jika uji coba tidak sesuai harapan maka kembali ke proses produksi dan pasca-produksi, tetapi jika video sudah sesuai dengan harapan maka dilanjutkan ketahap selanjutnya, yakni mengunggah video ke laman *youtube*, karena video profil didistribusikan lewat laman *youtube*. Ketika semua sudah selesai dilakukan maka semua tahap sudah selesai.

### 4. PEMBAHASAN DAN HASIL

Tahapan-tahapan dalam pembuatan video yaitu:

#### 1. Pra produksi

Tahap pra produksi adalah langkah dimana dimulainya ide, perencanaan, dan persiapan dari konsep produksi.

a. Ide

Ide dari pembuatan video profil Kampung Wisata Adat Sengkoah ini yaitu seringkali penulis melihat video dari internet maupun televisi tentang desa wisata yang berada diberbagai penjuru negeri. Menyadari bahwa keberadaan Kampung Wisata Adat Sengkoah belum terlalu dikenal masyarakat luas, maka munculah ide untuk membuat video profil sebagai media informasi untuk memperkenalkan kampung ini.

b. *Storyboard*

*Storyboard* merupakan sketsa gambar berurutan sesuai jalan cerita dan berfungsi sebagai penyampaian pesan dan gagasan dalam bentuk visual. Menurut Efendy, *storyboard* merupakan rekayasa adegan dalam suatu cerita yang dibuat dalam bentuk gambar tangan maupun komputer yang dilengkapi dengan tulisan, waktu, narasi, dan musik yang dipakai serta durasi yang diperlukan (dalam Pernama, Kertiasih, dan Budhayasa, 2017).

c. Naskah

Setelah membuat *storyboard*, selanjutnya dituangkan dalam bentuk skrip atau naskah sesuai dengan urutan yang dianggap benar. Naskah yaitu teks yang berisi gambaran detail tentang video yang akan dibuat dan berfungsi sebagai pedoman bagi *crew* maupun pemain.

2. Produksi

Produksi adalah tahap pengambilan data yang dibutuhkan sesuai naskah dan *storyboard*. Pada tahap produksi ini kegiatan yang dilakukan antara lain pengambilan video, perekaman suara, pembuatan judul dan pembuatan *lower third*. Dalam proses perekaman gambar menggunakan kamera DSLR, dan untuk perekaman suara menggunakan *smartphone*. Beberapa gambar yang direkam dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4. Gerbang utama kampung Sengkoah



Gambar 5. Rumah lama dengan 9 tiang

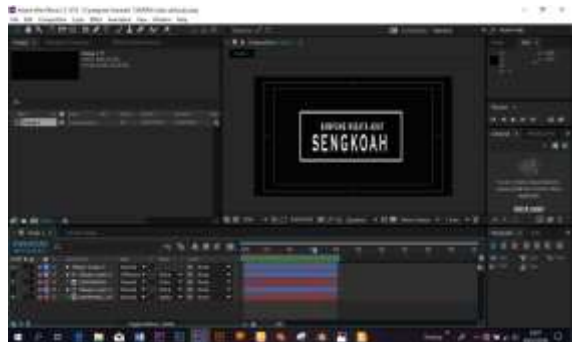


Gambar 6. Kesenian peresean



Gambar 7. Tari zikir saman

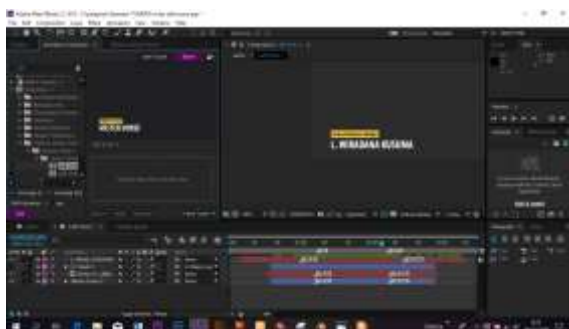
Dalam pembuatan judul video penulis menggunakan perangkat lunak *Adobe After Effect CC 2015* dan diberikan efek animasi teks pada judul tersebut. Latar belakang yang digunakan yaitu transparan.



Gambar 8. Pembuatan judul video

*Lower third* merupakan nama yang ditampilkan ketika *scene* wawancara dan biasanya berada dibagian bawah. *Lower third* yang dibutuhkan dalam video ini yaitu untuk pengelola Kampung Wisata Adat Sengkoah dan untuk kepala desa Labulia.

Dalam pembuatan *lower third* digunakan perangkat lunak *Adobe After Effect*. Untuk mempermudah pembuatan *lower third* digunakan *preset animation composer* dengan latar belakang transparan.



Gambar 9. Pembuatan *lower third*

### 3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi yaitu tahapan *editing*, dimana potongan-potongan video disusun sesuai dengan naskah yang telah dibuat agar dapat menyampaikan informasi secara utuh.

#### a. *Transfer Data*

*Transfer data* yaitu pemindahan file video dari kartu memori kamera ke computer untuk selanjutnya diolah.

#### b. *Importing File*

*Importing file* yaitu memindahkan hasil rekaman, gambar, dan *audio* kedalam perangkat lunak *editing* untuk kemudian diolah.

#### c. *Editing Video*

Proses *editing* merupakan penggabungan dari semua unsur multimedia yang diperlukan untuk membuat video profil sehingga menghasilkan sebuah informasi yang ingin disampaikan secara utuh. Proses *editing* meliputi beberapa hal mendasar yaitu memotong gambar ke gambar (*cut to cut*) dan menggabungkan potongan-potongan gambar dengan menyisipkan transisi diantara dua gambar. Perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan proses *editing* yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2015*.

Langkah pertama yang dilakukan dalam proses *editing* yaitu menyatukan potongan-potongan gambar sehingga menjadi satu video utuh sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Kemudian menyesuaikan *background*, narasi, dan juga suara asli dari video tersebut. Selanjutnya yaitu pemberian efek *vintage* ini dilakukan dengan merubah warna asli video menjadi warna yang terkesan masa lampau. Efek *vintage* ini diterapkan pada bagian-bagian tertentu yang dirasa perlu dalam video profil ini.

Hal pertama yang dibuat sebagai wadah untuk menampung efek *vintage* ini yaitu *adjustment layer*. Ada banyak cara untuk membuat efek *vintage* ini. Penulis melakukannya dengan langkah sebagai berikut: Menerapkan *lumetri preset* yang sudah tersedia pada perangkat lunak *Adobe Premiere Pro*

kemudian memilih efek *cinematic – cinespace 50 faded*. Untuk menerapkan efek ini pada *adjustment layer* dilakukan dengan cara *drag and drop*. Untuk mendapatkan efek *vintage* yang sesuai dengan kebutuhan maka dilakukan beberapa perubahan pada *setting default* dari *preset cinespace 50 faded*.

- *Tone: kontras -80.2, highlight 24, whites -47.7, blacks -48.8.*
- *Creative: intensity 54.1, faded film 77.0, vibrance 13.5, dan saturation 88.7.*
- *Vignette: amount -1.6, midpoint 43.8.*

Selain merubah warna pada video ditambahkan juga *old film texture* untuk memperkuat kesan masa lampau. *Old film texture* ini merupakan video yang garis-garis acak layaknya seperti tampilan video pada zaman dahulu ketika kamera yang digunakan tidak sebagus sekarang. Efek ini juga diterapkan pada beberapa bagian yang diperlukan saja. Perubahan video sebelum dan sesudah penerapan efek *vintage* terlihat seperti pada gambar 3 dan gambar 4.



Gambar 10. Tampilan sebelum menerapkan efek *vintage*



Gambar 11. Tampilan sesudah diterapkan efek *vintage*

Video profil kampung wisata adat Sengkoah juga ditambahkan *subtitle* Bahasa Inggris. *Subtitle* yaitu penyampaian dialog dalam bentuk teks pada video dan biasanya berada pada bagian bawah. *Subtitle* ini biasanya digunakan untuk menerjemahkan video dalam Bahasa lain, selain itu *subtitle* juga sering digunakan untuk memperjelas kata-kata yang diucapkan dalam video jika tidak bisa terdengar dengan jelas. Pemberian *subtitle* dalam Bahasa Inggris pada video profil Kampung Wisata Adat Sengkoah ini bertujuan untuk memudahkan orang dari negara luar memahami apa yang disampaikan dalam video tersebut. Mengingat bahwa video profil ini akan disebarluaskan melalui laman *youtube* yang dapat diakses oleh siapa saja.

Proses penambahan *subtitle* ini menggunakan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro CC 2018* dengan mengaplikasikan fitur *open caption*. Sebelumnya proses *editing* video menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2015*, tidak terdapat fitur



*open caption* ini sehingga pembuatan *subtitle* lebih rumit. Langkah-langkah pembuatan *subtitle* dimulai dengan membuat item baru dengan cara klik *new item – caption – standard* kemudian *standard* dirubah menjadi *open caption*.



Gambar 12. Hasil penambahan *subtitle*

Setelah *Rendering* merupakan tahap akhir dari proses *editing* untuk memperoleh sebuah video utuh dengan format yang dapat diputar menggunakan *video player*. Tersedia banyak pilihan *format file* pada *Adobe Premiere Pro*, sehingga kita bisa memilih sesuai kebutuhan maupun keinginan. Pada video profil ini penulis menggunakan *preset H.264 720p 25fps*. Video yang dihasilkan yaitu *format file .mp4* dengan *resolusi 720 x 576 pixel* dan jumlah *frame* dalam satu detik 25. Kapasitas video setelah render yaitu 259 MB. Hasil setelah semua proses selesai terlihat seperti pada gambar berikut.



Gambar 13. Judul Video



Gambar 14. Bagian yang ditambahkan efek *vintage*



Gambar 15. Pemberian *lower third*

#### d. *Beta test*

*Beta test* merupakan tes yang dilakukan dengan melibatkan pengguna akhir untuk memberi penilaian dari *project* (video profil) yang dibuat. Tes ini dilakukan dengan mengajukan kuesioner kepada 30 mahasiswa sebagai *responden* dengan memperlihatkan video profil yang telah dibuat terlebih dahulu. Tujuan dari beta tes ini agar penulis mengetahui apakah video profil yang dibuat layak dijadikan media informasi untuk Kampung Wisata Adat Sengkoah.

Secara keseluruhan nilai suka (S) mendapat skor terbanyak dengan persentase 35%. Jika dilihat persentase tanggapan responden per kategori instrumen, instrumen suara mendapat tanggapan cukup setuju (CS) sebanyak 37% yang berarti bahwa aspek suara pada video profil kurang bagus. Tanggapan terhadap efek *vintage* juga mendapat respon tidak setuju (TS) sebanyak 46%, ini berarti bahwa efek *vintage* kurang tepat diterapkan dalam video profil kampung wisata adat Sengkoah ini. Sedangkan instrumen dengan kategori publikasi mendapat persentase sangat setuju (SS) terbanyak dengan angka 53%, artinya video profil yang telah dibuat layak untuk disebarluaskan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang didapat sebagai berikut:

1. Telah dibuat video profil dengan menerapkan efek *vintage* Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai media informasi untuk diperkenalkan kepada masyarakat luas.
2. Informasi yang disajikan meliputi kegiatan warga dan kesenian tradisional yang ditampilkan oleh Kampung Wisata Adat Sengkoah.
3. Berdasarkan tanggapan responden terhadap video profil menyatakan bahwa penerapan efek *vintage* tidak tepat dengan obyek penelitian, namun secara keseluruhan video profil layak untuk disebarluaskan.

## UCAPAN TERIMAKASIH



Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak pengelola dan warga kampung wisata adat Sengkoah yang telah meluangkan waktu sehingga proses pembuatan video berjalan lancar.

#### REFERENSI

- [1] Binanto, I. (2010). *Multimedia Digital-Dasar Teori dan Pembahasannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [2] Effendi, Z., & Murinto. (2014). Aplikasi Multimedia Sebagai Media Informasi Pada Pengenalan Monumen Yogya Kembali Yogyakarta. *Sarjana Teknik Informatika*, 1039-1050.
- [3] Hasan, L. (2015). *Happy Vintage*. Jakarta: Gramedia.
- [4] Hendratman, H. (2013). *The Magic Of Adobe After Effect CS3: Animation 2D 3 Dimension Text Effects Motion Graphics Video Tracking*. Bandung: Hendi Hendratman.
- [5] Kausar, A., sutiawan, Y. F., & Rosalina, V. (2015). Perancangan Video Company Profile Kota Serang dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premiere Pro DC 5. *Prosisko*, 19-26.
- [6] Komputer, W. (2008). *Video Editing dan Video Production*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [7] Kyker, K., & Curcy, C. (2004). *Television Production: A Classroom Approach*. London: Libraries Unlimited.
- [8] Oka, G. P. (2017). *Media dan Multimedia Pembelajaran*. Denpasar: Deepublish.
- [9] Putera, D. Y., & Swasty, W. (2017). Perancangan Identitas Visual dan Pengaplikasian Pada Media Promosi Museum Sri Baduga. *Andharupa*, 196-203.
- [10] Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2015). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Linggarjati Kuningan Jawa Barat. *Riset & PKM*, 38-44.
- [11] Sudarma, I. K., & Oka, G. P. (2008). *Teknik Produksi & Pengembangan Multimedia Pembelajaran*. Denpasar: Undiksha.