

IMPROVING CREATIVE CONCEPT ON PROFILE VIDEO RANCAGONG VILLAGE AS A MEANS FOR DEVELOPING VILLAGE POTENTIAL

**Rezki Gautama Tanrere¹, Mohammad Dody Alfayadh², Syarurie Ramadhani³,
Attirmidzi Irzan Taufiqulhakim⁴.**

¹ Faculty of Art and Design / Multimedia Nusantara University

² Faculty of Art and Design / Multimedia Nusantara University

³ Faculty of Art and Design / Multimedia Nusantara University

⁴ Faculty of Art and Design / Multimedia Nusantara University

rezki.gautama@lecturer.umn.ac.id, mohammad.alfayadh@student.umn.ac.id,
syahrurue.ramadhani@student.umn.ac.id, attirmidzi@student.umn.ac.id

Abstract

Rancagong Village, located 12 km southwest of Tangerang City, precisely in Legok District, has the potential to support village economic activities. The majority of the village residents livelihoods are bamboo tampah workers and traditional Indonesian culinary delights, are a number of leading MSMEs that have been running for quite a long time. Apart from that, Rancagong Village with its natural beauty such as rice fields and water springs has the potential to become tourist attractions. However, the main problem experienced by Rancagong Village is the lack of information regarding the village's identity to the wider public. This is caused by limited capital, human resources, and poor management of information through marketing, resulting in tourism promotion and MSME products being less well known by the wider community. Through this problem, the solution that can be provided is creating a village profile videos. The village profile video is an important project in introducing and promoting the uniqueness of the village to the outside world. Profile videos can help increase public awareness about the village's potential and attract investors and tourists to visit the village. Apart from that, profile videos can be used as historical documentation of the achievements that have been achieved by Rancagong Village. In order to create the best quality for the village profile video, qualitative methods are carried out through surveys, interviews, observations, existing studies and literature studies, as well as systematic visual design methods through various aspects such as preparing scripts, storyboards, lighting, editing and others in 4 stages which are data research, pre-production, production to post-production. Through creating a video profile of Rancagong Village, it can introduce and increase the interest of the wider community by increasing awareness of the natural beauty and various potential attractive MSME products of Rancagong Village, apart from that it can also help improve the economy and welfare of the people of Rancagong Village.

Keywords: *Profile Video Photography; Village Potential; Rancagong Village.*

PERANCANGAN KONSEP KREATIF VIDEO PROFIL DESA RANCAGONG SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN POTENSI DESA

Rezki Gautama Tanrere¹, Mohammad Dody Alfayadh², Syarurie Ramadhani³,
Attirmidzi Irzan Taufiqulhakim⁴.

¹ Fakultas Seni dan Desain / Universitas Multimedia Nusantara

² Fakultas Seni dan Desain / Universitas Multimedia Nusantara

³ Fakultas Seni dan Desain / Universitas Multimedia Nusantara

⁴ Fakultas Seni dan Desain / Universitas Multimedia Nusantara

rezki.gautama@lecturer.umn.ac.id, mohammad.alfayadh@student.umn.ac.id,
syahrurue.ramadhani@student.umn.ac.id, attirmidzi@student.umn.ac.id

Abstrak

Desa Rancagong yang berlokasi 12 km di sebelah Barat Daya Kota Tangerang tepatnya di Kecamatan Legok memiliki potensi dalam menunjang aktivitas ekonomi desa. Mayoritas desa yang memiliki mata pencaharian tumpah bambu dan kuliner tradisional khas Indonesia memiliki sejumlah UMKM unggulan yang sudah berjalan cukup lama. Selain itu, Desa Rancagong memiliki keindahan alam seperti area pesawahan dan mata air yang berpotensi sebagai tempat wisata. Namun permasalahan utama yang dialami Desa Rancagong adalah minimnya informasi mengenai identitas desa tersebut pada khalayak luas. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan modal, sumber daya manusia, hingga pengelolaan informasi melalui marketing yang buruk, sehingga berdampak pada kegiatan promosi wisata maupun produk-produk UMKM tidak berjalan dengan baik dan kurang dikenal oleh masyarakat luas. Melalui masalah tersebut, solusi yang dapat diberikan adalah perancangan dan pembuatan video profil desa. Video profil desa merupakan suatu proyek yang penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan keunikan desa kepada dunia luar. Video profil dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi desa dan menarik minat para investor dan wisatawan untuk berkunjung ke desa, selain itu video profil dapat dijadikan sebagai suatu dokumentasi sejarah hingga prestasi yang telah dicapai oleh Desa Rancagong. Agar kualitas video profil desa dapat berlangsung dengan baik, maka dilakukan metode kualitatif melalui survei, wawancara, observasi, studi eksisting dan studi literatur, serta dilakukan metode perancangan visual secara sistematis melalui berbagai aspek seperti penyusunan *script*, *storyboard*, *lighting*, *editing* dan lainnya dalam 4 tahapan yaitu riset data, pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Harapan besar, melalui perancangan dan pembuatan video profil Desa Rancagong, dapat memperkenalkan dan menambah ketertarikan masyarakat luas dengan meningkatnya kesadaran akan keindahan alam serta beragam potensi produk UMKM yang menarik Desa Rancagong, selain itu dapat pula membantu peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Rancagong.

Kata kunci: Video Profil; Potensi Desa; Desa Rancagong.

PENDAHULUAN

Desa sebagai unit terkecil dari wilayah administratif, memainkan peran penting dalam mengembangkan kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya di Indonesia. Meskipun dianggap sebagai wilayah kecil dan kurang berkembang, desa memiliki potensi yang besar untuk dijelajahi dan dikembangkan. Potensi tersebut meliputi sumber daya alam, wisata, hingga keunikan budaya. Namun, potensi desa seringkali tidak diketahui oleh masyarakat luas. Desa Rancagong sendiri merupakan salah satu desa dari 22 desa yang ada pada Kecamatan Legok, berlokasi di sebelah Barat Daya Kota Tangerang dengan luas 519ha, memiliki potensi dalam menunjang aktivitas ekonomi desa. Mayoritas desa yang memiliki mata pencaharian sebagai pekerja pabrik, petani, pengrajin tampah bambu dan kuliner tradisional khas Indonesia memiliki sejumlah UMKM unggulan yang sudah berjalan cukup lama. Adapun dari berbagai jenis UMKM yang ada pada Desa Rancagong, tiga di antaranya yang paling representatif adalah UMKM kue semprong, UMKM rengginang, dan tentunya UMKM tampah bambu. Selain itu, Desa Rancagong memiliki keindahan alam yang dipenuhi oleh hamparan sawah yang luas dan mata air yang merupakan salah satu tempat bersejarah sehingga berpotensi sebagai tempat wisata. Sehingga Desa Rancagong memiliki potensi yang besar dalam sektor industri, ekonomi, baik dalam bidang manufaktur maupun perdagangan hingga parawisata.

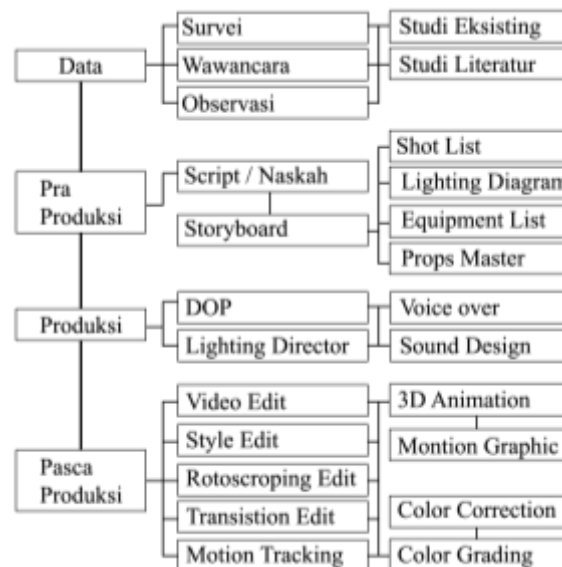
Namun permasalahan yang dialami Desa Rancagong adalah minimnya informasi mengenai identitas desa tersebut kepada khalayak luas. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan modal, sumber daya manusia, hingga pengelolaan informasi yang buruk, sehingga berdampak pada kegiatan promosi wisata maupun produk-produk UMKM tidak berjalan dengan baik dan kurang dikenal oleh masyarakat luas. Melalui masalah tersebut sebagai wujud kepedulian terhadap pembangunan di desa, perancangan video profil dirasa paling efektif dalam memperkenalkan identitas dan mempromosikan potensi desa, selain itu video profil dapat menjadi perubahan yang berarti dengan menggunakan kontak manusia dengan cara yang tidak dapat dilakukan oleh media lain (Duarte, 2010). Video profil bertujuan memperkenalkan suatu organisasi, perusahaan, dalam hal ini Desa Rancagong, dengan memperkenalkan keunikan desa kepada masyarakat diluar desa, meningkatkan kesadaran masyarakat luas akan potensi desa dan menarik minat para investor dan wisatawan untuk berkunjung ke desa, selain itu video profil dapat dijadikan sebagai suatu dokumentasi sejarah hingga prestasi yang telah dicapai oleh Desa Rancagong.

Perancangan dan pembuatan video profile desa merupakan suatu proyek yang penting untuk mempromosikan potensi desa, serta alat paling efektif yang dapat digunakan pemasar untuk memberikan hasil yang terukur (Mowat, 2018). Tujuan dilaksanakannya perancangan video profil desa, antara lainnya dapat menunjukkan keindahan dan potensi Desa Rancagong. Potensi dalam hal ini merupakan potensi alam yang dapat dijadikan sebagai tempat wisata ataupun dimanfaatkan dalam membangun bisnis lainnya sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung ke desa dan dapat berdampak langsung sebagai lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Rancagong. Selain itu, dapat memperlihatkan perkembangan desa dan memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat desa itu sendiri melalui rangkaian program yang ada. Hal ini bertujuan untuk membuka potensi bantuan dan dari masyarakat luar maupun pemerintah yang berminat untuk turut serta dalam melaksanakan program-program desa yang sedang berjalan. Melalui segmen khusus UMKM pada video profil Desa Rancagong, promosi UMKM tersebut dapat menarik minat pembeli dari luar desa, dengan demikian membuka peluang kerjasama baru antara UMKM Desa Rancagong dengan pihak pembeli di luar desa maupun investor. Manfaat yang paling dirasa melalui perancangan video profil desa adalah memperkuat identitas hingga ikon dari Desa Rancagong sendiri, sehingga menyatu dengan sejarah panjang desa rancagong yang terkait dengan identitasnya serta menjadi suatu sumber informasi dan pengetahuan bagi masyarakat luas. Sehingga memanfaatkan kekuatan video, dengan pandangan mendalam pada media dapat memperbesar informasi dengan menciptakan tingkat keterlibatan emosional yang tidak dapat dicapai dengan cara lain (Mowat, 2018).

Namun, pembuatan video profil desa tidaklah mudah. Dibutuhkan banyak persiapan dan sumber daya untuk menghasilkan video yang berkualitas. Proses produksi video profil desa membutuhkan perencanaan yang matang dan kerja sama antara berbagai pihak, seperti perangkat desa, masyarakat desa, dan profesional di bidang video production, sehingga tercipta video profil desa yang akurat, efisien dan efektif. Sebuah video profil yang didukung dengan naskah yang baik dan pengemasan yang menarik dalam suatu konsep perancangan yang utuh serta terstruktur dapat menjadi sebuah sarana dalam menyampaikan informasi dan keadaan khususnya di Desa Rancangong kepada masyarakat luar. Karena sebuah video tidak hanya diiperuntukkan dalam dunia intertainment, namun juga dalam bidang strategi bisnis, inovasi, hingga identitas dan informasi (Meeker, 2018). Penyampaian informasi tersebut berpotensi memberikan kontribusi bagi pengembangan Desa Rancangong dan program-program lainnya yang sedang berjalan, serta menjangkau khalayak luas karena disajikan dalam informasi menarik dan menciptakan suasana memukau bagi *audience*.

METODE

Agar perancangan kualitas video profil desa baik secara konsep maupun hasil akhir penyajian video dapat berlangsung dengan baik, maka dilakukannya metode kualitatif melalui survei, wawancara, observasi, studi eksisting dan studi literatur, serta dilakukan metode perancangan visual secara sistematis melalui berbagai aspek seperti penyusunan *script*, *storyboard*, *directing*, *lighting*, *editing*, *motion graphic*, *3D animation* dan lain sebagainya dalam 4 tahapan yaitu riset data, pra produksi, produksi hingga pasca produksi, hal ini divisualisasikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. (Skema Metode Perancangan Visual)

Tahapan riset data memuat survei, wawancara dan observasi secara langsung dengan perangkat desa maupun masyarakat Desa Rancangong sendiri, serta studi eksisting dan literatur mengenai perancangan video profil maupun mengenai desa itu sendiri, hal ini dilakukan karena dirasa sebagai metode terbaik dalam mengumpulkan informasi yang mendalam dan mempermudah mengidentifikasi permasalahan, sehingga dapat mempelajari bagaimana memahami, mendengar harapan dan keinginan target sasaran lebih baik (Ideo, 2015).

Selanjutnya pada tahapan pra produksi yang merupakan tahapan dimana menghasilkan banyak ide melalui *brainstorming* dan *moodboard visual* sehingga mempermudah dalam perancangan awal video profil desa yang meliputi *script*, *storyboard*, *shot list*, *lighting diagram*, *equipment list* dan

prop master. Tahapan ini dilakukan agar gagasan ataupun ide yang menjadi solusi yang tepat, serta berasal dari memahami kebutuhan dari target sasaran (Ideo, 2015). Pada tahapan produksi memuat *director of photography, lighting director, voice over* serta *sound designs*, sehingga tersusun strategi dan rencana berkaitan dengan rancangan pra produksi yang diaplikasikan. Terakhir dilakukan tahapan pasca produksi melalui *video edit, style edit, rotoscoping edit, transition edit, motion tracking, motion graphic, 3D animation, color correction* dan *color grading*, sehingga memaksimalkan hasil perancangan, menguji dan mewujudkan solusi permasalahan, serta menentukan kesuksesan karya video profil desa yang dirancang.

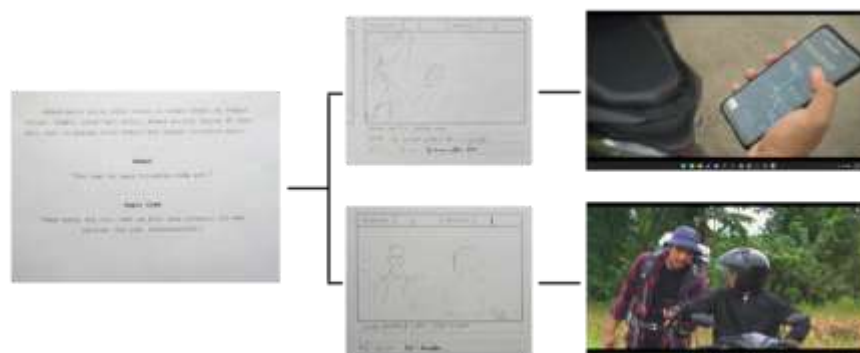
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Script dan Storyboard

Pra produksi dilakukan dengan tahapan awal menentukan konsep dasar melalui hasil *brainstorming* dan tercipta kata kunci yaitu *fun, adventurous, dan engaging*. Selanjutnya penentuan gagasan kreatif sebagai dasar dalam perancangan *script* dan alur narasi, yaitu *audience* dalam hal ini penonton masyarakat dari luar desa yang diajak melihat keindahan dan potensi. *Script* atau naskah merupakan struktur sinematik yang berisi kejadian dengan hubungan sebab akibat yang dipilih dan disusun oleh penulis (Kartawiyudha, 2017). Dalam perancangan kejadian-kejadian tersebut, disusun dengan merujuk pada data yang diperoleh pada tahapan riset data, sehingga penulisan *script* diawali dengan karakter yang mewakili kondisi *audience* yang tidak mengetahui akan Desa Rancagong.

Selanjutnya memaparkan deskripsi, sejarah singkat dan data-data geografis dari desa, lalu memperlihatkan keunggulan desa dan hasil kerja perangkat desa dalam pembangunan desa. Bagian *script* berikutnya mendokumentasikan kehidupan masyarakat desa dengan memperlihatkan kegiatan dan kehidupan masyarakat sehari-hari, dalam hal ini menyertakan nilai-nilai kehidupan dari masyarakat Desa Rancagong, serta mengangkat dan memperkuat identitas UMKM Desa Rancagong, hal ini dilakukan karena dalam membangun cerita yang kuat, elemen dramatis dapat meningkatkan media terhubung dengan *audiens* (Miller, 2017). Perancangan *script* disertakan dialog *voiceover* dan dijadikan acuan dalam merancang *storyboard*, dengan asumsi durasi video profil kurang lebih tujuh menit.

Storyboard merupakan media untuk memvisualisasikan kata-kata dari *script* menjadi gambar, selain itu *storyboard* dapat memvisualisasikan berbagai tahapan lainnya termasuk *shot list, lighting diagram, equipment list* dan penggunaan *props*. Hal ini dirancang agar memiliki gambaran yang sama dengan visi sutradara atau saat memasuki tahapan *directing*. Dalam perancangan *storyboard*, digunakan *template* yang terdiri dari beberapa kolom memuat berbagai informasi yang merujuk pada deskripsi adegan yang ada di *script*. Transisi Ide dari *script* ke *storyboard* lalu pada *final shot* dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. (Proses Transisi Ide Dari *Script-Storyboard-Final Shot*)

2. Shot, Equipment dan Props List

Dalam perancangan *shot list*, ditentukan esensi dari adegan dalam *script* sehingga tipe *shot* yang akan dipilih dapat sesuai dengan sudut pandang yang diinginkan. Sebagai contoh adegan yang memperlihatkan keindahan alam digunakan tipe *shot extreme wide shot* sehingga memberikan kesan *immersive* dengan pengambilan gambar secara luas. Shotlist sendiri merupakan daftar *sequence* berupa rangkaian yang terdiri dari *scene* dan *shot* yang akan dilakukan pada saat pengambilan gambar video, serta berfungsi sebagai catatan dan panduan dalam merelaisasikan setiap adegan yang diambil pada tahapan produksi berlangsung.

Setelah penentuan shot list ditentukan pula *angle* dan sudut pandang kamera yang sesuai dengan *storyboard*, serta pemilihan berbagai alat kebutuhan dalam produksi yang dituang dalam *equipment list* yang dapat dilihat pada tabel 1. *Equipment list* ditentukan dari berbagai jenis lensa yang disesuaikan kebutuhan visual, berbagai jenis kamera yang memiliki *output visual style* yang sama dan berbagai jenis lighting sesuai kebutuhan indoor maupun outdoor. Selain itu dilakukan penentuan dan pengadaan properti yang akan dipakai dalam produksi agar menciptakan atmosfer yang sesuai dengan konsep tiap *scene*. Dalam penentuan berbagai properti tersebut, dilakukkn observasi untuk memahami tema, periode waktu, dan gaya visual yang relevan dengan kebutuhan produksi. Hal ini menjadi penting agar seluruh elemen properti dapat terintegrasi dengan harmonis dan mendukung narasi yang dibawakan.

Tabel 1. (Perancangan Shot dan Equipment List)

ANGLE	F/STOP	LENSA	MESH	LIGHTING
WB	F10 - 22	(25mm) 7Artisans	A6000	
LS	F5.6	(10mm) 26.7Diva OSS		
MCU	F2	(35mm) 35mm Sony OSS FIX		
MS	F5.6	(25mm) 25mm Sony OSS FIX		
VLS	F5.6 - 10	(25mm) 25mm 7Artisans Fok	A6300	VILTROX 110
LR	F4	(50mm) NIKKOR FOK		
MS	F1.8	(25mm) 7Artisans Fok		
SS	F1.8	(25mm) 7Artisans FOK		
VLS	F10 - 22	(25mm) 7Artisans FOK	A6300	
MS	F2 - 4	(25mm) 7Artisans FOK		
ME	F2	(25mm) 26.7Diva OSS		
CU	F1.8	(25mm) (35mm) 7A/OSS		
MS	F5.5	(35mm) 35mm Sony OSS FIX	A6300	VILTROX 110 & SOFT BOX
MS	F2	(25mm) 7Artisans FOK		
MCU	F2	(35mm) 35mm Sony OSS FIX		
MS	F2	(35mm) 35mm Sony OSS FIX		
EDU	F0.95	(25mm) 7Artisans MACRO	A6300	
WS	F2	(25mm) 7Artisans FOK		
WS	F2	(35mm) 35mm Sony OSS FIX		
WS	F4	(35mm) 35mm Sony OSS FIX		
CU	F4	(35mm) 35mm Sony OSS FIX	FORMAT M4/CS	VILTROX 110
MS	F2	(25mm) 7Artisans FOK	FORMAT M4/CS	VILTROX 110
WB	F2	(25mm) 7Artisans FOK	4711	SOFT BOX
LS	F2	(35mm) 35mm Sony OSS FIX	FORMAT M4/CS	VILTROX 110 & SOFT BOX
MS	F1.8	(25mm) 7Artisans FOK	FORMAT M4/CS	VILTROX 110 & SOFT BOX
SS	F2	(25mm) 7Artisans FOK	FORMAT M4/CS	VILTROX 110 & SOFT BOX

3. Lighting Diagram

Dalam perancangan pencahayaan terhadap ruang atau objek visual digunakan diagram lighting sebagai representasi visual dalam memberikan informasi tentang pengaturan pencahayaan yang diinginkan dalam sebuah agenda. Pada tahap awal persiapan pencahayaan, dilakukan melalui riset lokasi yang sesuai dengan storyboard yang telah dirancang, sehingga dapat mengidentifikasi sumber cahaya yang tersedia dan memahami kondisi pencahayaan yang ada dan menentukan strategi pencahayaan yang optimal. Selain itu, posisi pencahayaan alami ikut dipertimbangkan, sehingga dapat memanfaatkan cahaya matahari dengan efektif, serta mempertimbangkan jenis lampu yang akan digunakan sesuai kebutuhan visual dan suasana yang ingin ditampilkan dalam adegan, karena penentuan lampu yang tepat dapat mempengaruhi atmosfer hasil setiap *shot*.

Pada salah satu contoh perancangan *lighting diagram* pertama yang ditunjukkan pada gambar 3, dimana pengambilan adegan dilakukan *outdoor* namun dengan banyak objek sebagai penghalang pencahayaan alami antara lain pohon bambu, sehingga penggunaan pencahayaan tambahan memiliki pengaruh signifikan dalam proses pengambilan video. Penggunaan *artificial lighting* dibutuhkan sebagai cahaya tambahan dengan tambahan dua lampu agar membantu menerangi subjek. Lampu

pertama digunakan sebagai *key light* yang diposisikan langsung ke subjek, serta lampu kedua untuk mencapai keseimbangan pencahayaan dengan posisi didepan kanan subjek. Kombinasi dua *artificial lighting* tersebut diharapkan dapat mengoptimalkan pencahayaan pada subjek serta membantu menciptakan hasil video yang lebih berkualitas dengan pencahayaan yang tajam pada detail subjek.



Gambar 3. (Perancangan *Lighting Diagram* dan Aplikasinya)

4. Director dan Director of Photography

Directing memaparkan runutan kejadian dalam *script* serta memberikan gagasan pada sebuah adegan mengenai kejadiannya sehingga rasa dari adegan dapat tersalurkan dengan baik pada *audience*. *Director* membutuhkan keterampilan persuasi untuk mendapatkan hasil terbaik dari tim maupun dalam pengerjaan proyek video di setiap divisi (Wibowo, 2017). Pada video profil Desa Rancagong, *directing* dilakukan terhadap telant, masyarakat serta perangkat desa dalam memperagakan adegan dengan natural. Proses *directing* dimulai saat masuk ke tahap produksi di hari pertama, dengan pengambilan adegan pembuka di area persawahan Desa Rancagong, dilanjutkan dengan *sequence* UMKM, yang terdiri dari tiga UMKM yaitu Rengginang Bu Rohyani, Jaya Rahayu Snack, dan Tampah yang dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. (*Director of Photography* dan Aplikasinya)

Dalam pengambilan gambar dilakukan berbagai riset antara lain proses pembuatan, sejarah hingga profil pemilik, sehingga dapat merepresentasikan konsep menyajikannya menjadi suatu adegan yang menarik. *Sequence* UMKM bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana produk tersebut dibuat, maka adegannya disesuaikan dengan cara pembuatan masing-masing perajin. Proses pengambilan gambar terakhir merupakan adegan yang melibatkan perangkat desa dengan menampilkan antara lain, kegiatan di Balai Desa, fasilitas desa, pemotretan perangkat desa untuk kebutuhan perancangan struktur desa, adegan pelayanan masyarakat, serta adegan seluruh perangkat desa menyorakkan semboyan Desa Rancagong.

5. Video Edit dan Transition Edit

Pada tahapan pasca produksi dilakukannya penyuntingan video profil Desa Rancagong. Penyuntingan dilakukan melalui beberapa tahapan antara lain *logging footage*, *assembling footage*, *rough cut*, *fine cut* dan *final cut* agar mencapai hasil yang maksimal. Pada langkah awal penyuntingan video profil pada tahapan *logging footage*, dilakukan seleksi *footage* video serta label video mentah yang sudah diambil pada tahapan produksi. Langkah kedua *assembling footage* yaitu menggabungkan *footage video* menjadi satu keseluruhan video profil yang utuh berdasarkan storyboard yang telah dibuat. Tahapan *assembling footage* dilakukan melalui *software* DaVinci Resolve Studio 18 yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. (Tahapan *assembling footage* video profil Desa Rancagong)

Tahapan berikutnya dilakukan *rough cut* yang merupakan tahapan *preview* awal video sesuai dengan urutan *shot* dan *scene* dan tahapan *fine cut* yang merupakan tahapan finalisasi penggabungan video dan durasi dengan penambahan beberapa *effect*, *transition*, *color grading*, *motion graphic*, *sound effect*, *music* hingga *3D animation* ke dalam *footage fine cut*, dengan memperhatikan ritme detail dan memperkuat struktur dalam setiap *shot* atau *scene* yang ditampilkan dalam video. Pada tahapan terakhir *final cut* merupakan finalisasi video profil yang meliputi *rendering* dengan menggunakan *aspect ratio* 2:1 dengan format H.264 ukuran 1080p dan *output* video berupa .mp4 sebagai final video profil Desa Rancagong. Dalam tahapan *transition edit* dilakukan penggabungan satu *shot* dengan *shot* lainnya agar terkoneksi. Hal ini dilakukan melalui *keyframes* dengan teknik *transition masking*, dimana menyeleksi bagian dari video yang akan dibuat menjadi suatu *background* yang transparan. *Keyframes* yang memiliki awal dan akhir dari suatu *scene* ditambahkan ke dalam video sehingga menciptakan hasil video berbeda dalam segi *opacity*, *speed* dan *transform*.

6. Style Edit B-Roll dan Hyperlapse

Dalam *style* yang diaplikasikan pada video profil digunakan video *B-Roll*, dimana mendukung serta memperlihatkan konteks *footage* video utama atau video *A-Roll* dengan kehadiran video *cutaway* atau *secondary footage* (Adobe, 2023). *B-Roll* digunakan dalam *pacing* video yang cepat dan bergantung pada *camera movement* pada masa produksi serta transisi *footage*, serta menggunakan teknik edit *time remapping* yang dapat dilihat pada gambar 6, dimana memanipulasi durasi dari *footage* asli video. *Time remapping* diaplikasikan melalui penggunaan durasi cepat dan lambat dari suatu *footage* video yang dapat mengikuti ritme dari musik atau *jingle* dari video yang dibawakan.



Gambar 6. (*Style Edit B-Roll* melalui *Time remapping* pada *timeline* video profil Desa Rancagong).

Style edit kedua menggunakan teknik *hyperlapse* dimana proses awal menggunakan fotografi sebagai dasarnya dengan memindahkan kamera pada posisi yang berbeda dalam jarak yang pendek dalam setiap *frame shot* foto. Dalam *style edit footage* video *hyperlapse* digunakan *stabilization* agar dapat menghasilkan *motion* dari video tetap stabil dan tidak *shake* saat ditampilkan.

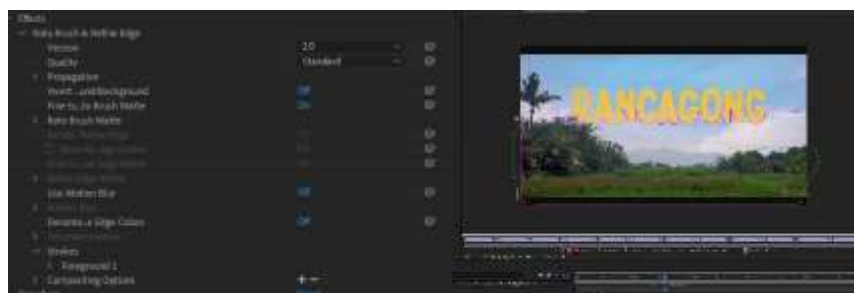
7. Motion Tracking dan Rotoscoping Edit

Tahap *motion tracking* yang melacak objek baik bergerak maupun tidak, sehingga posisi dari objek tersebut dapat diimplementasikan dengan elemen grafis seperti *text*, *shape*, hingga gambar, dilakukan pada beberapa *scene* video profil seperti data pekerjaan desa rancagong, *hyperlapse*, *screen smartphone* hingga data UMKM yang memaparkan informasi latar belakang, jenis-jenis barang hingga prosesnya yang dapat dilihat pada gambar 7. *Motion tracking* dilakukan agar memberikan kesan data yang menempel pada *scene* video profil, sehingga data tersebut menjadi satu bagian dari *scene* dan membuat *audiens* muntuk mudah membaca serta memahami data yang diberikan.



Gambar 7. (Tahapan *Motion Tracking* pada *timeline* UMKM video profil Desa Rancagong)

Pada tahapan *rotoscoping edit* dilakukan *tracing* dari video yang bergerak secara manual dari *frame* ke *frame*, dengan menggunakan *software After Effect*. Pada *scene* video profil Desa Rancagong penekanan pada judul “Rancagong” dilakukan untuk memberi kesan yang *bold* serta tertuju pada satu titik poin, dengan memisahkan dua layer dari *footage* video dan kemudian *text* dimasukin ke dalam *footage* diantara dua *layer* yang sudah dipisah sebelumnya sehingga tercipta visual tiga dimensi, yang dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. (Tahapan *Rotoscoping Edit* pada *timeline* Judul video profil Desa Rancagong)

8. 3D Animasi dan Motion Graphic

Pada tahap perancangan 3D animasi dilakukan terhadap peta detail dari desa Rancagong dengan melakukan riset pencarian melalui *Google Earth* untuk menentukan ukuran yang konkret dan akurat dari desa Rancagong. Perancangan peta 3D diciptakan dengan representasi yang akurat dapat memperlihatkan keunikan dan keindahan desa yang akan menjadi dasar dalam pembuatan 3D animasi. Animasi tersebut menggambarkan dengan detail visual Desa Rancagong yang dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. (Tahapan 3D Animasi pada peta video profil Desa Rancagong).

Dengan adanya menggabungkan teknologi 3D, efek *glow*, elemen *grid shape* dan penggunaan *texture* yang tepat, bertujuan untuk menghadirkan pengalaman yang menarik dan lebih realistis bagi *audiens*. Perancangan 3D animasi melibatkan peran penting dari *camera movement* yang memainkan peran sentral hingga akhir video. Hal ini dikarenakan pergerakan kamera yang stabil, penggunaan *zoom out*, pergerakan mengorbit, dan pengambilan gambar diam dari sudut pandang atas peta Desa Rancagong menghadirkan adegan yang dinamis dan membantu audiens memahami dengan jelas visual yang ditampilkan dalam animasi tersebut.

Tahapan *motion graphic* mengkombinasikan pergerakan teks dan elemen desain agar mendapatkan kesan *moving* dan *immersive*, hal ini dilakukan terhadap data lokasi desa melalui peta yang telah dirancang pada tahapan 3D Animasi, yang dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 10. (Tahapan Motion Graphic pada peta video profil Desa Rancagong).

Dalam praktiknya elemen *shape* serta *text* dianimasikan melalui *manual keyframe* detik per detik, sehingga animasi pergerakannya berupa 3D transform. *Motion graphic* selanjutnya dilakukan terhadap struktur pengurus, perangkat desa dan data-data tentang desa Rancagong. Pergerakan kamera yang mengikuti garis struktur dan menampilkan anggota pengurus dan perangkat desa secara jelas, serta motion blur menguatkan simbolis dari tiap data desa dan menciptakan efek bergerak.

9. Color Correction dan Color Grading

Pada tahapan *color grading* pendekatan terhadap warna berdampak pada emosi *audiens*, ditentukan melalui *moodboard* visual yang dilakukan pada tahapan pra produksi. Pemilihan warna pada *color grading* berpengaruh besar pada visual akhir karena berdampak pada tema besar video profil tersebut. *Color grading* akan konsisten berorientasi menggunakan warna-warna *warm* agar mendapatkan suasana nyaman dan seolah-olah disambut hangat oleh warga Desa Rancagong, yang dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. (Tahapan *Color Grading* pada video profil Desa Rancagong).

Dalam langkah awal *color grading* dilakukan *color correction*, yang merupakan teknik dalam memperbaiki warna yang dihasilkan oleh kamera pada tahapan produksi, sehingga warna yang ditampilkan selanjutnya manusia melihatnya pada kenyataan dan terlihat natural (Adobe, 2023). Dalam hal ini intensitas cahaya melalui penggunaan *curves*, *color wheels*, *HDR* berpengaruh besar pada proses *color correction* maupun *color grading*. Berikut adalah beberapa contoh perbedaan *before* dan *after* *color grading* yang ditampilkan pada gambar 12.



Gambar 12. (Hasil *Before* dan *After* Tahapan *Color Correction* pada video profil Desa Rancagong).

Berikut merupakan *thumbnail* dan *QR code* yang ditampilkan pada gambar 13, untuk mereview secara keseluruhan hasil akhir perancangan video profil Desa Rancagong.



Gambar 13. (*Thumbnail* dan *QR code* hasil perancangan video profil Desa Rancagong).

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kekuatan video profil sebagai sumber informasi menghasilkan pesan melalui representasi visual diam maupun bergerak dalam bentuk narasi, gambar, audio, musik, animasi dan sebagainya pada *audience* dengan sangat kuat dan efektif. Terlebih masyarakat kini lebih mudah menyerap pesan melalui pengalaman emosional dengan memandang visual yang menarik dalam menyerap informasi. Dalam proses komunikasi sebuah video profil dapat dijadikan sebagai media persuasi sehingga dapat mengontrol emosi *audience*, terlebih dengan kemajuan industri dan teknologi, konsep dasar pemasaran melalui mouth to mouth, cetak dan sebagainya mulai tenggelam bahkan hilang dengan kemajuan teknologi yang pesat (Cesari, 2019).

Keterbatasan Desa Rancagong mulai dari keterbatasan modal, sumber daya manusia, kurangnya pengelolaan marketing yang baik, berdampak langsung pada berbagai sektor yang ada pada desa tersebut. Hal ini sangat berpengaruh pada kurangnya informasi pada masyarakat luas mengenai Desa Rancagong, dan secara tidak langsung berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat desa itu sendiri. Identitas Desa Rancagong dapat dimulai dengan perancangan video profil dengan memperkenalkan berbagai informasi penting dan unik seperti sejarah desa, kegiatan desa, keindahan alam bahkan produk-produk UMKM yang dimiliki. Karena melalui video profil itu sendiri, dapat mempresentasikan identitas desa dalam sebuah konsep terbaik sehingga mewakili tampilan desa secara kasat mata dan menarik bagi *audience*. Melalui konsep kreatif dalam penciptaan video profil, identitas desa dapat menceritakan pesan, makna bahkan citra dari desa itu sendiri, selain itu dapat membantu meningkatkan rasa penasaran pada *audience* mengenai berbagai potensi yang ada pada desa, antara lain keindahan alam, keunikan kegiatan masyarakat hingga kekhasan produk-produk UMKM desa.

Harapan besar, melalui perancangan dan pembuatan video profil Desa Rancagong, dapat memperkenalkan dan menambah ketertarikan masyarakat luas dengan meningkatnya kesadaran akan keindahan alam serta beragam potensi produk UMKM yang menarik dari Desa Rancagong, selain itu dapat pula membantu peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Rancagong. Alhasil perancangan konsep kreatif video profil bagi Desa Rancagong dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh melalui perancangan video profil desa dalam pengembangan potensi desa itu sendiri antara lain, membantu memperkuat identitas Desa Rancagong dan media promosi dalam memperkenalkan peluang dan potensi alam yang ada di desa kepada masyarakat luar. Selain itu dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk mengiklankan dan meningkatkan popularitas UMKM yang beroperasi di Desa Rancagong, hingga sebagai dokumentasi kondisi terkini dan menunjukkan perkembangan pembangunan Desa Rancagong.

DAFTAR REFERENSI

- Adobe. (2023) Motion graphics explained: definition, history and examples.
Retrieved June 2, 2023, from adobe.com website : <https://www.adobe.com/uk/creativecloud/animation/discover/motion-graphics.html>.
- Referensi dalam naskah:** (Adobe, 2023)
- Baker, Logan. (2021). Choosing Aspect Ratio: A Guide to Everything You Need to Know.
Retrieved May 27, 2023, from premiumbeat.com website: <https://www.premiumbeat.com/filmmaking-guide-choosing-aspect-ratio/>.
- Referensi dalam naskah:** (Baker, 2021)
- Cesari, Rick. (2019). Video Persuasion. Washington: Arcie Publishing LLC.
- Referensi dalam naskah:** (Cesari, 2019)
- Duarte, Nancy. (2010). Resonate: Present Visual Stories That Transform. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.

Referensi dalam naskah: (Duarte, 2010)

IDEO. (2015). The Field Guide to human Centered Design: Design Kit.

Referensi dalam naskah: (IDEO, 2015)

Meeker, Shane. (2018). Story Mythos: A Movie Guide To Better Business Stories. Bellingham: Speak it to book.

Referensi dalam naskah: (Meeker, 2018)

Miller, Donald. (2017). Building a Story Brand: Clarify Your Message So Customers Will Listen. Nashville: Harper Collins Leadership.

Referensi dalam naskah: (Miller, 2017)

Mowat, Jon. (2018) Video Marketing Strategy. London: Kogan Page.

Referensi dalam naskah: (Mowat, 2018)

Kartawiyudha, Perdana., Wuryanto, Baskoro Adi., Cendekia, Damas., Muchransyah, Melody., Mandra, Rahabi. (2017). Menulis Cerita Film Pendek. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Pengembangan Perfilman.

Referensi dalam naskah: (Kartawiyudha, 2017)

Wibowo, Panji., Indarto, Totot., Sofiyanti, Devina. (2017). Modul Penyutradaraan. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Pengembangan Perfilman.

Referensi dalam naskah: (Wibowo, 2017)

LAMPIRAN FOTO-FOTO KEGIATAN

