

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang digunakan setiap saat sebagai sumber tenaga tubuh manusia untuk membantu melaksanakan kegiatan sehari - hari. Oleh karena itu makanan merupakan hal yang sangat penting untuk kebutuhan sehari – hari. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat dengan tujuan tertentu. Kuliner adalah sebuah proses atau kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas memasak yang menghasilkan makanan, dan memungkinkan wisatawan menikmati makanan tersebut.

Disetiap daerah yang ada di Indonesia memiliki makanan atau masakan khas yang terkenal di daerahnya masing – masing. Salah satunya yaitu Kota Surakarta atau juga biasa disebut dengan Kota Solo. Kota ini merupakan salah satu kota wisata yang banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai macam kota bahkan juga ada yang dari luar pulau Jawa. Salah satu wisata yang banyak dikunjungi wisatawan di kota Surakarta dan menjadi tujuan utama untuk dikunjungi yaitu wisata kuliner, karena kota ini memiliki berbagai macam wisata kuliner yang sudah tersebar di kota ini. Oleh karena itu kota ini mempunyai peluang yang besar untuk mengembangkan wisata kulinernya. Kota Surakarta memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan wisata kulinernya karena kota Surakarta memiliki banyak berbagai macam produk – produk lokal yang sudah

terkenal di berbagai daerah bahkan sudah sampai di luar kota Jawa, maka dari itu harus dikembangkan, dijaga dan dilestarikan lebih lagi supaya dapat menarik lebih banyak lagi minat wisatawan untuk datang berwisata ke kota Surakarta.

Robert Tua Siregar (2020) menjelaskan bahwa wisata kuliner bukan hanya sekedar suatu keinginan untuk mencicipi makanan tetapi lebih mencari keunikan dan memperoleh kenangan setelah menikmati makanan tersebut. Kegiatan wisata kuliner ini dilakukan karena para wisatawan ingin mengetahui cita rasa khas makanan maupun minuman di daerah tertentu yang disediakan oleh pengelola bisnis kuliner tersebut. Sehingga setelah melakukan wisata kuliner masyarakat mendapatkan kesan dari mencicipi menu – menu kuliner tersebut. Selain itu para wisatawan juga akan memperoleh kepuasan tersendiri setelah melakukan perjalanan berwisata kuliner tersebut. Hal tersebut dapat dijadikan patokan untuk mengembangkan wisata kuliner di kota Surakarta ini karena kota ini memiliki potensi yang cukup besar jika dikembangkan lebih lagi.

Wisata Kuliner menyajikan berbagai macam masakan tradisional maupun makanan khas suatu kota maupun daerah yang memiliki potensi sebagai ikon kota atau daerah tersebut. Setiap kota ataupun daerah yang ada di Indonesia memiliki daya tarik tersendiri, sehingga hal tersebut dapat diingat oleh wisatawan yang datang ke tempat tersebut. Makanan tradisional ataupun makanan khas setiap kota atau daerah biasanya memiliki resep dari

masyarakat setempat yang sudah digunakan secara turun – temurun serta disesuaikan dengan selera masyarakat di daerah tersebut.

Makanan atau masakan khas Jawa memiliki cita rasa yang manis yang berasal dari gula maupun kecap manis sebagai bahan utamanya, dan secara umum menu makanan utama yang dikonsumsi orang Jawa yaitu nasi, makanan manis, dan minuman manis. Saat ini di Kota Surakarta sudah tersebar banyak warung makan mulai dari yang menengah ke bawah sampai menengah ke atas sebagian besar menjual makanan atau masakan dengan cita rasa khas Jawa.

Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang terkenal dengan berbagai macam wisata kulinernya. Saat ini perkembangan usaha – usaha kuliner di kota Surakarta berkembang dengan sangat baik. Sudah banyak kuliner – kuliner yang tersebar di kota Surakarta ini yang membuat kota Surakarta selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan mulai dari wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Usaha – usaha kuliner baru juga sekarang ini banyak bermunculan, sehingga muncul lebih banyak pesaing di dalam dunia bisnis kuliner.

Saat ini kota Surakarta memiliki berbagai macam kuliner, salah satu kuliner yang terkenal di kota Surakarta dan sudah berdiri sejak lama salah satunya adalah Harjo Bestik. Warung makan ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena warung makan ini sudah banyak dikenal oleh wisatawan baik itu dari dalam kota maupun luar kota, dan bahkan dari luar pulau Jawa. Tidak sedikit wisatawan yang setiap pergi berwisata ke

kota Surakarta selalu mampir ke warung ini hanya untuk menikmati kuliner khasnya. Seiring berjalannya waktu makanan khas Harjo Bestik semakin hari semakin banyak peminatnya, oleh karena itu warung makan ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan lebih lagi.

Harjo Bestik merupakan warung makan yang terkenal dengan masakan khas Jawa yang sudah berdiri sejak tahun 1950an. Warung Harjo Bestik didirikan oleh sepasang suami istri yang bernama Bapak Harjo Mulyono bersama Ibu Painem. Awal mula penjualan Harjo Bestik, Bapak Harjo menjualkan dagangannya dengan cara di pikul keliling dari kampung ke kampung sampai akhirnya semakin banyak peminatnya Bapak Harjo dan Ibu Painem membuka warung kaki lima dan masih berpindah – pindah tempat. Tempat warung kaki lima Harjo Bestik pertama kali berada di pinggir jalan Slamet Riyadi tepatnya di depan hotel kota Solo, kemudian berpindah ke depan Batik Danar Hadi Singosaren, dan yang terakhir berada di Jl. Dr. Rajiman hingga saat ini. Warung Harjo Bestik saat ini masih menggunakan gerobak dan tenda dipinggir jalan atau trotoar.

Saat ini warung Harjo Bestik sudah memiliki banyak pelanggan mulai dari dalam kota dan luar kota Surakarta. Jam buka warung Harjo Bestik mulai dari pukul 18.00 sampai 00.00 WIB. Seiring berjalannya waktu warung Harjo Bestik semakin berkembang dan sampai saat ini sudah membuka 4 cabang yang tersebar di Kota Solo.

Warung makan ini merupakan warung bestik pertama di Kota Surakarta sebelum adanya warung – warung bestik lain seperti saat ini.

Seiring berjalannya waktu banyak warung makan yang menjual menu bestik sehingga oleh kejadian tersebut banyak konsumen, pengunjung atau wisatawan yang tidak mengetahui cikal bakal warung bestik pertama di kota solo yaitu warung Harjo bestik dan sudah banyak konsumen, pengunjung ataupun wisatawan yang salah masuk warung. Oleh karena itu warung Harjo Bestik membutuhkan media seperti video explainer untuk memberikan informasi tentang warung Harjo Bestik ini serta juga media sosial yang berisikan konten – konten mengenai produk dan pelayanan di warung Harjo Bestik sehingga dapat digunakan sebagai media promosi.

Hingga saat ini Warung Harjo Bestik terus berbenah dan memberikan pelayanan yang baik untuk kenyamanan pelanggan dan para wisatawan yang berkunjung. Oleh karena itu dari permasalahan tersebut maka dibutuhkan perancangan video explainer dan media – media pendukung lainnya untuk memberikan informasi mengenai produk dan layanan yang ada serta untuk membantu mempromosikan warung Harjo Bestik tersebut.

Video explainer merupakan salah satu media promosi yang dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mengiklankan atau mempromosikan barang maupun jasa sehingga barang atau jasa tersebut dapat dikenal dan diketahui oleh audiens dan target konsumennya. Melalui video ini audiens dan target konsumen dapat menangkap sebuah persepsi yang ada pada barang maupun jasa perusahaan tersebut, sehingga terjadi

komunikasi visual antara penjual dan pembeli dan dapat menarik lebih banyak lagi konsumen.

Video Explainer dipilih menjadi media utama untuk menginformasikan dan mempromosikan warung makan Harjo Bestik karena video ini termasuk salah satu video yang cocok digunakan sebagai media komunikasi visual antara penjual dan pembeli. Media video explainer ini dirasa sangat efektif di masa modern yang serba *online* seperti saat ini karena melalui video ini kita dapat memasang iklan atau promosi dengan mudah di sosial media seperti Instagram, facebook, youtube, dan media sosial lainnya. Saat ini banyak orang menggunakan media sosial *online* sebagai media promosi untuk mempromosikan barang atau jasanya melalui media tersebut karena saat ini sudah banyak orang yang menggunakan media – media sosial tersebut.

Media ini akan menjadi lebih efektif dari segi beberapa hal karena jika dibandingkan dengan media lain, menggunakan media explainer ini tidak diharuskan untuk mencetak dengan jumlah banyak, serta lebih menghemat *budget* dan waktu untuk mempromosikannya. Apalagi di masa sekarang banyak orang – orang pengguna media sosial lebih suka menonton dan mendengarkan secara langsung dengan menggunakan media elektronik salah satunya *smartphone* daripada harus membaca dan memahamiS melalui media cetak. Salah satu keuntungan menggunakan media ini adalah dapat dilihat oleh siapapun para pengguna media sosial, serta dapat dilihat kapanpun dan dimanapun.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa permasalahan perancangan tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perancangan video explainer sebagai media informasi dan promosi Harjo Bestik Surakarta?
2. Bagaimana membuat video explainer dan media pendukung promosi Harjo Bestik Surakarta?

## **C. Tujuan**

1. Membuat konsep perancangan video explainer sebagai media informasi dan promosi Harjo Bestik Surakarta,
2. Membuat video explainer dan media pendukung promosi Harjo Bestik Surakarta.

## **D. Manfaat**

Adapun manfaat dari penyusunan proposal tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
  - a. Mengeluarkan ide – ide baru dan meningkatkan kreatifitas di bidang desain, videografi dan fotografi dengan membuat sebuah media informasi dan promosi dalam bentuk media video explainer dan konten - konten media sosial seperti instagram.
  - b. Menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis dalam perancangan sebuah media informasi dan promosi dalam bentuk video.

c. Untuk memenuhi persyaratan kelulusan strata satu (S1) Jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Sahid Surakarta.

2. Bagi Akademik

Sebagai informasi, referensi, acuan, dan evaluasi bagi mahasiswa lain yang ingin mengerjakan tugas akhir dengan tema yang sama seperti penulis.

3. Bagi Perusahaan Harjo Bestik

Menjadi salah satu media informasi dan promosi Harjo Bestik Surakarta serta dapat dimanfaatkan untuk beberapa kepentingan perusahaan

## **E. Tinjauan Pustaka**

Kegiatan perancangan memerlukan informasi mengenai penelitian – (Adani, 2022) penelitian yang telah ada sebelumnya untuk dijadikan bahan perbandingan. Oleh karena itu diperlukan informasi melalui jurnal dan tugas akhir terdahulu untuk menambah informasi, menemukan teori – teori yang bermanfaat dan berkaitan dengan karya yang akan dibuat.

Jurnal Volume 2 No.2 tahun 2018 yang berjudul "Perancangan Explainer Video Universitas Ma Chung Sebagai Inovasi Media Promosi" oleh Sultan Arif Rahmadianto dan Tegar Andito yang menjelaskan tentang pengertian video explainer dan tahapan - tahapan berdasarkan metode perancangan Angus (2014) yang meliputi discovery, script, storyboard, animation, dan delivery. Oleh karena itu manfaat dari jurnal ini adalah untuk mengetahui tahapan – tahapan apa saja yang akan digunakan untuk



membuat karya Tugas Akhir. Tugas Akhir ini menggunakan Universitas Ma Chung sebagai objek, sedangkan pada Tugas Akhir yang akan dibuat ini menggunakan perusahaan warung makan Harjo Bestik sebagai objek (<https://www.jurnal.stmikasia.ac.id/index.php/jeskovsia/article/view/319>).

Surakarta Informatic Journal (SIJ) Volume 2, Edisi 1, Januari 2021 yang berjudul “Pembuatan Video Explainer Covid-19 Sebagai Iklan Layanan Masyarakat” oleh Nabilullah Alfatah dari Universitas Surakarta menjelaskan tentang pembuatan video explainer yang dapat digunakan sebagai iklan layanan masyarakat dengan menggunakan konsep animasi 2D flat desain. Perbedaan dengan Tugas Akhir ini yaitu terletak pada gaya visual yang akan digunakan. Tugas akhir ini akan menggunakan konsep media foto.

(<https://www.ejournal.unsa.ac.id/index.php/sij/article/viewFile/610/380>)

Jurnal Seni Rupa dan Desain Volume 3 tahun 2022 yang berjudul Perancangan Video Explainer Pencegahan Pesan Whatsapp Hoaks oleh Edwar Juanda dan Adjie Hidayat menjelaskan tentang perancangan video explainer dengan menggunakan teknik motion graphic dengan gaya visual flat desain. Perbedaan dengan Tugas Akhir ini yaitu dalam karya ini menggunakan teknik motion graphic yang akan dipadukan dengan ilustrasi foto.

(<https://jurnal.bannapati.or.id/index.php/Imaginarium/article/download/56/51>)

Tugas Akhir tahun 2020 yang berjudul "Perancangan Fotografi Komersial 100% Cool Press Sebagai Media Promosi" oleh Shakifa Fitri Rizkiyanti dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang menjelaskan tentang pengertian media promosi online yang dirasa cukup efektif untuk mempromosikan sebuah produk dengan media utama foto. Karya Tugas akhir ini memberikan informasi tentang media promosi online yang dirasa cukup efektif untuk mendukung promosi sebuah produk. Perbedaan dengan Tugas Akhir ini yaitu pada Tugas Akhir ini akan menggunakan media utama video dengan menggunakan konsep ilustrasi yaitu dengan menggunakan teknik fotografi. (<http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/9364>).

## **F. Landasan Teori**

### **1. Perancangan**

Nataniel Dengen dan Heliza Rahmania Hatta (2009) berpendapat bahwa, perancangan didefinisikan sebagai proses aplikasi berbagai teknik dan prinsip bagi tujuan pendefinisian suatu perangkat, suatu proses atau sistem dalam detail yang memadai untuk memungkinkan realisasi fisiknya.

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari berbagai elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Syifaun Nafisah, 2003: 2).

John Buch & Gary Grudnitski berpendapat bahwa, perancangan dapat didefinisikan sebagai penggambaran,

perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah sebuah proses kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan sebuah masalah dengan mencari solusinya agar menjadi satu kesatuan yang sesuai dengan kebutuhan. Perancangan media fotografi adalah proses pengambilan gambar dengan menggunakan teknik – teknik tertentu agar gambar yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

## 2. Video

Zain dalam Kusumo (2019:35) berpendapat bahwa, video merupakan rekaman gambar dan audio yang berisi rancangan dalam menyampaikan pesan yang ditayangkan kembali melalui media layar televisi.

Melvy Ayuningtyas (2011 : 7) berpendapat bahwa, video merupakan gabungan gambar – gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dalam kecepatan tertentu.

Arief S. Sadiman (2009) berpendapat bahwa, video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif, bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa video adalah sebuah media audio visual yang terdiri dari susunan gambar – gambar mati dan suara sehingga dapat menghasilkan gambar bergerak yang digunakan sebagai media menyampaikan pesan.

### 3. Jenis Videografi

Artikel yang dibuat oleh Satya (2021) mengatakan ada beberapa macam – macam video, salah satunya yaitu video explainer. Video explainer merupakan video yang mengedukasi audiens untuk memecahkan sebuah masalah. Masalah tersebut dapat berkaitan dengan penggunaan produk ataupun jasa. Dalam video ini terdapat kalimat ajakan untuk mengambil tindakan sesuai dengan *goals* dari *output* yang dikehendaki.

Angus (2014) berpendapat bahwa, video explainer adalah sebuah video yang memfasilitasi suatu institusi/perusahaan untuk tumbuh dan membangun kekuatan persepsi dasar konsumen terhadap suatu brand/merek, produk atau jasa.

Artikel yang dibuat Dafi Deff (2019) menjelaskan tentang perbedaan animasi dan motion grafik. Animasi umumnya merupakan representasi visual dari sebuah cerita dengan karakter dan alur cerita di mana tindakannya terurai menjadi klimaks yang kemudian mencapai kesimpulan. Ini dapat berupa animasi pendek, film animasi Disney berdurasi penuh atau presentasi dengan

karakter animasi yang menceritakan kisah informasi. Sedangkan *Motion graphic* lebih tentang memberi kehidupan pada sesuatu yang biasanya tidak ada. Misalnya shape di dalam presentasi, atau juga latar belakang video explainer. Penggunaan lain untuk Motion Graphics adalah untuk menjelaskan suatu proses.

Artikel yang dibuat oleh Rolip Saptamaji (2019) mengatakan bahwa explainer video adalah salah satu jenis video animasi singkat yang berfokus pada penjelasan tentang ide (bisnis, produk, jasa ataupun program) dengan cara simple, mudah dipahami, menggunakan bahasa yang lugas dan menyenangkan serta visual yang menarik perhatian penonton. Secara umum, explainer video menjelaskan tawaran solusi dari perusahaan atau institusi untuk membantu calon penggunanya menyelesaikan masalah dan menunjukkan dirinya sebagai pilihan terbaik diantara yang lain.

Karakter yang dimiliki video explainer yaitu :

- a) Singkat, video explainer harus memiliki durasi yang singkat dengan konten informasi yang padat dan tidak berpotensi bias. Rata-rata durasi yang efektif untuk video explainer adalah 90 detik, dengan teaser visual yang menarik pada 5 detik awal.
- b) Padat, informasi video explainer harus memiliki pesan yang lugas dan jelas. Dapat mengikuti strategi naratif seperti

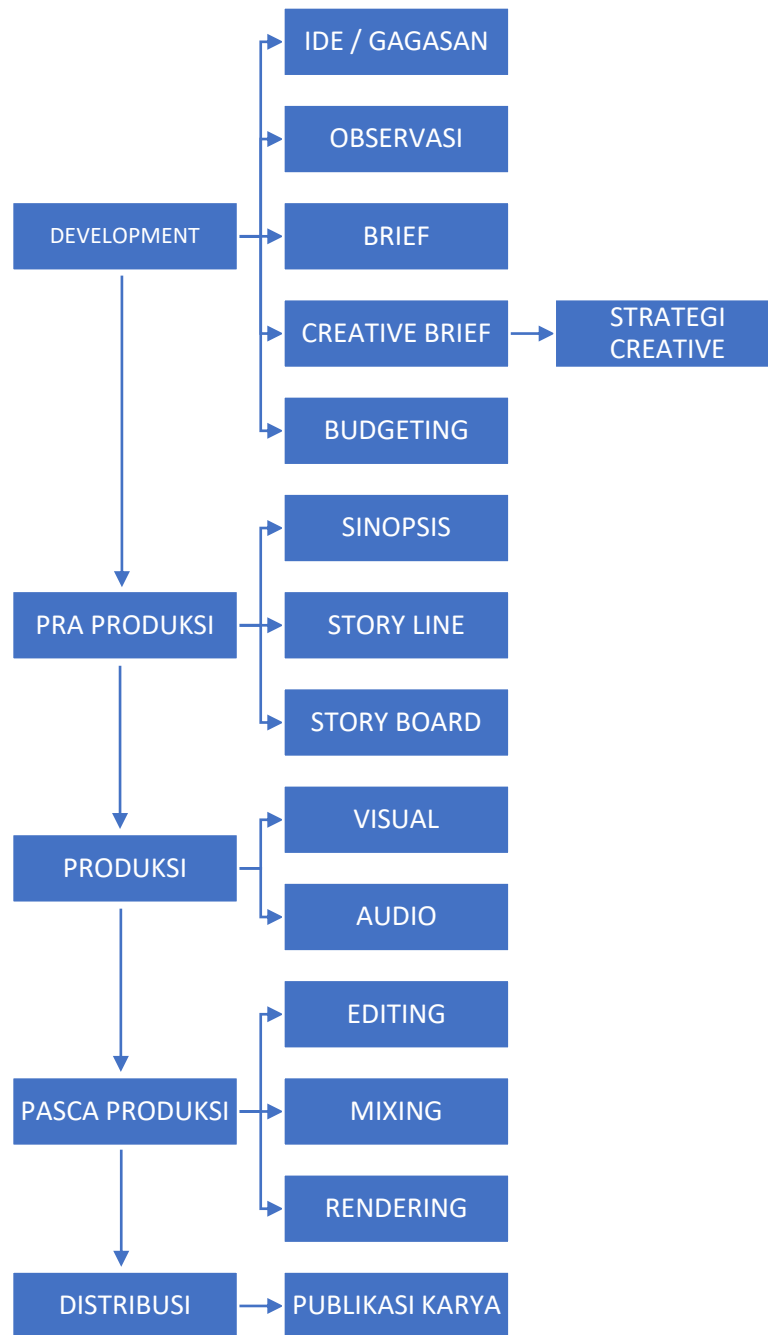
memulai dengan pertanyaan “apa”, “bagaimana” atau “kenapa”.

- c) Fokus, audience dan masalahnya merupakan perhatian utama dalam perancangan pesan video explainer.
- d) Warna, warna yang digunakan harus konsisten dengan identitas visual, agar audience juga mudah mengidentifikasi brand/insititusi.
- e) Music, explainer video memiliki dua elemen audio utama yang mendukung penyampaian informasi yaitu musik latar dan suara tambahan.
- f) Voice over talent, video explainer yang menggunakan VO, kejelasan lafal dan intonasi VO sangat menentukan sejernih apa pesan yang akan disampaikan.

Menurut Rebecca Gallagher (2007:3) mengatakan bahwa seni *motion graphic* memberi nyawa pada kata-kata dan gambar mati agar dapat mengisyaratkan pesan di dalamnya kepada target audiens. Kegunaan dari Motion graphic adalah sebuah media untuk menyampaikan informasi dan untuk memperdalam sebuah cerita menggunakan elemen - elemen seperti musik, teks, dan animasi yang dapat mempermudah proses penyampaian informasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa motion graphic adalah sebuah desain grafis yang dianimasikan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa video explainer adalah sebuah media video singkat dalam bentuk gambar bergerak yang digunakan oleh sebuah institusi maupun perusahaan untuk menjelaskan dan menginformasikan ataupun mempromosikan suatu brand/produk, bisnis, jasa, maupun sebuah program pada perusahaan kepada target audiensnya untuk menjelaskan sebuah masalah yang sedang terjadi yang disajikan secara simple, mudah dipahami, dan visual yang menarik.

## G. Metode Perancangan



**Gambar 1.** Metode Perancangan  
(Dikembangkan dari Ahmad Khoirul Anwar, S.Sn, M.Sn)



## 1. DEVELOPMENT

Development adalah proses awal yang meliputi pencarian, pembuatan, dan pengembangan semua ide dan informasi mengenai sebuah produk maupun jasa yang sudah ada dan setelah itu dilanjutkan dengan pembuatan konsep yang lebih terperinci.

### a. Ide / Gagasan

Ide perancangan pada media video explainer ini berawal dari permasalahan yang dialami oleh Harjo Bestik yaitu masih kurangnya informasi dan media promosi mengenai perusahaan ini. Oleh karena itu akan dibuat media informasi dan promosi untuk Harjo Bestik agar pelanggan tidak salah informasi, mudah mendapatkan informasi mengenai Harjo bestik dengan mudah melalui media sosial online, serta mengembangkan media sosial sebagai media promosi Harjo Bestik.

### b. Observasi

#### 1) Survei Lokasi

Lokasi yang dipilih adalah Harjo Bestik Surakarta yang terletak di pinggir jalan Dr. Radjiman, Kemlayan, Serengan, Surakarta.

## 2) Pengumpulan Data

### a) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data – data yang akan diperlukan pada saat pembuatan karya, dan juga digunakan sebagai pendukung keberhasilan karya tersebut untuk mencapai tujuan si peneliti. Untuk mendapatkan data – data yang diperlukan, peneliti akan melakukan wawancara secara langsung bersama pemilik warung Harjo Bestik.

### b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu cara pengumpulan data – data berupa dokumen dan gambar/foto terkait dengan perusahaan, seperti struktur organisasi, foto buku menu, dan foto lokasi.

### c. *Brief*

Tahap ini adalah proses pengolahan data yang sudah didapatkan melalui pengumpulan data sebelumnya. Data yang sudah didapatkan akan dijadikan sebuah konsep awal dalam pembuatan karya video explainer sebagai media informasi dan promosi Harjo Bestik Surakarta, antara lain : Menentukan Jenis Cerita, genre, dan format pembuatan video tersebut.

*d. Creative Brief*

Setelah dilakukan pengolahan data, maka tahap selanjutnya akan dilakukan penyusunan konsep secara lebih mendalam atau terperinci digunakan untuk menentukan konsep kreatif yaitu menentukan strategi kreatif.

Strategi Kreatif pada tahap ini akan dilakukan penyusunan konsep estetik dan konsep teknik yang berhubungan dengan video explainer yang akan dibuat.

*e. Budgeting*

Budgeting merupakan proses penyusunan anggaran yang akan dibutuhkan selama proses produksi video explainer Harjo bestik.

## **2. PRA PRODUKSI**

Pra produksi adalah proses atau tahapan awal perancangan video yang terdiri dari pembuatan synopsis, story line, dan story board.

*a. Sinopsis*

Tahapan ini merupakan proses lanjutan dalam pembuatan konsep mulai dari ide – ide kreatif yang sudah disusun untuk digunakan pada pembuatan video explainer Harjo bestik.

*b. Story line*

Storyline merupakan gambaran alur cerita video dalam bentuk tulisan yang nantinya akan digunakan sebagai panduan dalam proses pembuatan video.

*c. Story board*

Storyboard merupakan susunan berupa sketsa dan gambar yang berisi tentang catatan – catatan petunjuk dan teknik yang berhubungan dengan pengambilan gambar.

### **3. PRODUKSI**

Tahap ini merupakan tahapan pengambilan visual dan audio yang nantinya akan dibutuhkan dalam pembuatan video explainer dan akan dijadikan karya sesuai dengan konsep yang sudah dibuat sebelumnya.

### **4. PASCA PRODUKSI**

*a. Editing*

Proses pengeditan foto dan video menggunakan beberapa software edit foto dan video antara lain yaitu : corel draw, adobe lightroom, adobe after effect, dan adobe premiere karena aplikasi ini memiliki banyak fitur yang mendukung khususnya untuk mengatur warna sehingga dapat menghasilkan foto dan video dengan hasil yang maksimal dan sesuai dengan yang dibutuhkan.

*b. Mixing*

Proses editing yang berkaitan dengan audio atau suara yang dibutuhkan pada video tersebut, antara lain yaitu penambahan audio atau suara mulai dari dialog, musik, efek – efek instrumen khusus yang berkaitan dengan audio atau suara dan diatur sesuai dengan scenario yang sudah dibuat.

*c. Rendering*

Tahapan ini adalah proses menggabungkan atau menyatukan semua format dan elemen – elemen sesuai dengan konsep video dari awal sampai akhir yang sudah disusun dan diedit menjadi satu.

## **5. DISTRIBUSI**

### Publikasi Karya

Karya yang sudah jadi akan dipublikasikan melalui berbagai media sosial yang ada yang akan digunakan sebagai media informasi dan promosi Harjo Bestik.

## **H. Sistematika Penulisan**

### **Bab I**

Bab yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, tinjauan pustaka, landasan teori, metodologi perancangan, dan sistematika penulisan.

### **Bab II**

Bab yang berisi informasi lengkap tentang objek yang akan dibahas dalam pengkaryaan tugas akhir yaitu data perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, satuan tugas, dan analisa SWOT.

### **Bab III**

Bab yang berisi tentang konsep perancangan karya fotografi yang akan dibuat berupa analisa data, USP, ESP, positioning, strategi kreatif, konsep teknis, dan media plan.

### **Bab IV**

Bab yang berisi tentang pembahasan mengenai perwujudan karya mengenai hasil perancangan media videografi dan fotografi.

### **Bab V**

Bab yang berisi simpulan dan saran dari peneliti dan pembuatan karya yang telah dilakukan penulis untuk institusi maupun dosen pengajar.