

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Museum merupakan sebuah bangunan yang memiliki fungsi untuk tempat menyimpan, merawat, koleksi, dan juga melestarikan dari suatu benda yang bernilai dan bersejarah dari masa lampau ataupun masa sekarang yang fungsinya untuk pembelajaran, pendidikan dan untuk riset yang dibuka untuk umum. Jarang sekali kita mendapatkan suatu informasi pada masa sekarang ini selain dari buku, internet, ataupun museum tentang kehidupan pada masa lampau. Akibat hal inilah, maka dibuatkan sebuah tempat-tempat untuk menyimpan sebuah sejarah agar tetap terjaga dan untuk sumber pembelajaran pada masa yang akan datang. Dari berbagai jenis museum, seperti museum untuk sejarah, museum koleksi barang langka atau unik, dan museum peninggalan jaman dahulu. Salah satu museum yang harus selalu dijaga dan dilestarikan yaitu museum sejarah, karena tanpa museum sejarah, kita sulit untuk menemukan sebuah informasi dari masa lampau. Museum bisa dikatakan sebuah sarana komunikasi dari zaman dahulu untuk masa depan. Seperti halnya di Kota Surakarta atau yang sering kita sebut dengan Kota Solo, kota yang penuh dengan budaya ini, yang tak luput dengan banyak sejarah tentang kota ini. Apalagi di kota ini masih ada dua kerajaan yang masih aktif, oleh karena itu kota ini tidak pernah ketinggalan jika membicarakan sebuah sejarah. Sejarah-sejarah bekas peninggalan kota Solo bahkan dari kota lain pun masih tersimpan rapi di beberapa museum di Kota Solo. Maka tidak heran jika banyak sekali ditemukan museum-museum sejarah yang ada di Kota Solo ini, salah satu contohnya ialah Museum Keris Nusantara yang ada di Kota Solo ini.

Museum keris Nusantara merupakan sebuah tempat untuk menyimpan benda-benda yang bersejarah dan dibuka untuk umum sebagai sumber pembelajaran. Museum Keris Nusantara ini berlokasi di Kota Solo, tepatnya di Jalan Bhayangkara, Sriwedari, Laweyan Surakarta, Jawa

Tengah. Museum ini masih tergolong baru, karena baru tiga tahun sudah museum ini berdiri. Pada museum ini bukan hanya menyimpan dan mengoleksi keris saja, tetapi banyak juga benda-benda yang bersejarah selain keris, contohnya tombak, dan masih banyak lagi. Sehingga pengunjungpun tidak hanya belajar tentang sejarah keris saja, tetapi juga akan mendapat sebuah informasi dari benda-benda bersejarah lainnya di tempat ini. Pada zaman ini, tempat-tempat bersejarah seperti museum ini sangat penting pada pendidikan, karena dengan adanya museum, kita dapat mempelajari sebuah fungsi, pembuatan, dan cerita dari benda itu sendiri. Alasan dibuatnya sebuah museum, agar cerita pada masa lalu, akan selalu diingat, dan agar tidak punah, karena benda-benda bersejarah yang ada dimuseum adalah tanda bukti bahwa cerita tersebut benar adanya.

Karena kebutuhan sebuah informasi dari benda-benda bersejarah peninggalan zaman dahulu terbilang tidak mudah, maka dibuatkanlah museum-museum ini yang sesuai dengan isi dan fungsinya. Tetapi banyak juga masyarakat yang kurang peduli dan kurang akan minat untuk mengetahui tentang sejarah-sejarah terdahulu. Hal tersebut telah dipaparkan pada tabel bahwa pengujung Museum Keris Nusantara terbilang sepi peminat, dimana rata-rata pengujung setiap bulan hanya mencapai 1.500 pengujung saja, dan perhari hanya dikisaran 50 pengujung saja.



**Gambar1.1 Statistik Data Jumlah Pengunjung**  
Sumber (Museum Keris Nusantara)

Maka dari itu agar masyarakat mau untuk mencari informasi dan ingin mengetahui tentang sejarah khususnya keris ini, maka ada baiknya

membuat sebuah promosi yang menarik dan mudah tersampaikan kepada masyarakat luas. Media promosi yang menarik dan mudah untuk tersampaikan kepada masyarakat yaitu promosi melalui video. Dengan sebuah visual yang menarik, tentu saja itu akan mengundang siapa saja untuk mengetahui lebih dalam tentang pesan apa yang ingin disampaikan dalam video visual tersebut.

Video merupakan sebuah sarana komunikasi secara visual yang bergerak dengan pendukung audio didalamnya. Sarana video visual ini berfungsi sebagai daya tarik untuk menyampaikan sebuah pesan yang termasuk kekinian, mudah diterima di masyarakat luas dan mudah untuk dipahami. Selain itu, sebuah video yang menarik berfungsi untuk menggaet siapa saja untuk datang dan mencari informasi dalam video tersebut, jika video tersebut sebuah iklan atau berupa video promosi. Umumnya video promosi yang menarik itu adalah video yang didalamnya memiliki ciri khas atau sebuah keunikan tersendiri dari sebuah produk atau tempat hiburan itu sendiri. Dari situlah biasanya orang-orang akan antusias untuk menikati video tersebut dan akan mencoba atau mendatangi tempat yang berada dalam video tersebut. Maka dari itu sebuah komunikasi dengan metode video visual tidak boleh dianggap remeh, karena efeknya bisa sangat luar biasa jika memiliki nilai, pesan, dan visual yang baik.

Dalam kasus ini, Museum keris Nusantara sudah memiliki sebuah ciri khas dan daya tarik tersendiri. Namun semakin kesini, minat masyarakat untuk mengunjungi museum tersebut semakin berkurang. Oleh karena itu, maka dibuatkan lah sebuah media komunikasi berupa sebuah video visual yang berbentuk promosi untuk meningkatkan kembali minat masyarakat agar mengunjungi Museum Keris Nusantara.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana konsep video promosi advertorial yang akan dibuat?
2. Bagaimana merancang visual yang efektif untuk video advertorial tersebut?

### **C. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Membuat video promosi advertorial Museum Keris Nusantara Surakarta.
2. Untuk merancang visualisasi yang efektif untuk video promosi advertorial Museum Keris Nusantara Surakarta.

### **D. Manfaat**

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Penulis  
Untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat pada bangku kuliah, dan mengaplikasikannya untuk merancang video promosi advertorial “Museum Keris Nusantara”
2. Manfaat Masyarakat  
Sebagai bahan untuk menambah informasi dan bahan pembelajaran mengenai sejarah dan lainnya.
3. Manfaat Pemerintah  
Untuk mendatangkan wisatawan baik lokal ataupun mancanegara, sebagai sumber pemasukan pemerintah daerah.

### **E. Tinjauan Pustaka**

Promosi adalah suatu kegiatan untuk memperkenalkan barang atau jasa, yang memuat suatu cirri khas dan keunggulan dari barang atau jasa tersebut. Biasanya sebuah promosi dilakukan untuk menggaet para konsumen agar berbondong-bondong datang untuk membeli atau menggunakan sebuah jasa yang telah dipromosikan tersebut. Adapun beberapa sumber pengertian promosi dari peneliti, seperti Indriyo Gitosudarmo (2000:237) mengatakan bahwa “Promosi ialah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”. Sedangkan promosi menurut Philip Kotler (2000:119) mengatakan bahwa “Promosi ialah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk

berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi “promotional mix”.

Advertorial adalah sebuah periklanan atau promosi yang dalam penyajiannya menggunakan gaya bahasa jurnalistik. Advertorial tergabung dalam dua kata dalam bahasa Inggris, yaitu “Advertising” dan “Editorial”, atau dalam bahasa Indonesia yaitu periklanan dan tajuk rencana. Advertising (periklanan) adalah suatu kegiatan promosi seperti barang atau jasa melalui media yang ditujukan kepada masyarakat. Editorial (tajuk rencana) adalah seorang penulis yang memiliki pendapat sendiri tentang suatu isu yang sedang dibahas.

Perancangan yang pertama dari karya tugas akhir Johan Christian Goenawan, Arief Agung Suwasono, Daniel Kurniawan Salamoon (2013) dengan judul *Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya*. Perancangan video promosi tugas akhir ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan wisatawan yang datang untuk mengunjungi Pulau Bawean ini, baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara. Pembuatan video promosi Pulau Bawean ini terbilang sangat baik, karena untuk mempromosikan dan memperkenalkan daerah-daerah terpencil dengan potensi alam yang sangat luar biasa. Jika tidak dipromosikan, akan menjadi sia-sia karena kurangnya perhatian pada tempat ini. Diharapkan dengan dibuatnya video promosi ini, supaya dapat dilirik pemerintah dan potensi-potensi yang ada Pulau Bawean dapat dikembangkan, dan juga dijadikan objek pariwisata untuk menambah pendapatan daerah tersebut. Dengan begitu, diharapkan warga sekitar dan pemerintah dapat mengembangkan dan melestarikan supaya tetap terjaga dan tidak punah.

Manfaat dari tugas akhir ini yaitu untuk meningkatkan wisatawan datang dan berkunjung ke Pulau Bawean, dan perancangan video advertorial dalam tugas akhir ini juga bertujuan untuk meningkatkan wisatawan untuk datang dan berkunjung ke Museum Keris Nusantara Surakarta. Manfaat yang bisa diambil dari perancangan video promosi



Pulau Bawean ini yaitu mengangkat tempat dengan potensi alam yang sangat potensial untuk dipromosikan dan agar tidak menjadi sia-sia jika tidak dimanfaatkan. Untuk tugas akhir video advertorial Museum Keris Nusantara Surakarta ini juga untuk mengangkat nilai-nilai budaya dan memiliki potensi untuk menambah wawasan pengetahuan tentang sejarah masa lampau.

(<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/862>)

Perancangan yang kedua dari Igam Trisandhi, Anthony Y.M Tumimomor (2017) dengan judul *Perancangan Video Advertorial Wisata Alam Lereng Kelir Desa Gertas*. Dibuatnya perancangan video advertorial ini untuk menyampaikan sebuah informasi dari tempat wisata ini dengan baik. Pembuatan video wisata alam lereng kelir Desa Gertas sangat baik, karena bertujuan untuk memberi informasi tentang keunggulan-keunggulan tempat tersebut. Dengan memberikan sebuah informasi dengan gaya visual dan tata bahasa yang baik dan detail, akan menarik masyarakat dan wisatawan untuk datang. Dengan begitu video promosi ini sangat menarik untuk mempromosikan wisata alam lereng kelir Desa Gertas untuk wisatawan lokal hingga mancanegara agar mau untuk berkunjung.

Manfaat dari tugas akhir ini yaitu dibutuhkan sebuah penyampaian informasi yang baik agar mudah untuk diterima oleh audience, dan perancangan video advertorial ini akan menggali informasi-informasi dari Museum Keris Nusantara ini dan menyusun secara menarik agar mudah untuk diterima oleh masyarakat. Manfaat lain yang bisa diambil dari tugas akhir Perancangan Video Advertorial Wisata Alam Lereng Kelir Desa Gertas yaitu memberikan keunggulan-keunggulan dan sebuah informasi dengan gaya visual, dan tata bahasa yang baik pada tempat wisata tersebut. Dalam Pembuatan video advertorial Museum Keris ini juga akan menampilkan keunggulan-keunggulan yang terdapat pada museum tersebut dengan sebuah visual yang seolah-olah memberikan sebuah informasi melalui video. Dengan dibuatnya video advertorial ini

supaya masyarakat dapat berkunjung dan menikmati wisata edukasi pada museum ini.

([https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/16416/4/T1\\_692012037\\_Judul.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/16416/4/T1_692012037_Judul.pdf))

Dikutip dari jurnal Porsisko Vol. 2 No. 1 Maret 2015 yang disusun oleh Ahmad Kausar, Yusuf Fazri Sutiawan, Vidila Rosalina dengan judul *Perancangan Video Company Profile Kota Serang Dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premier Pro CS 5*. Dibuatnya video company profile Kota Serang ini yaitu sebagai alat sebuah informasi dan publikasi dalam bentuk audio visual kepada masyarakat. Pembuatan video company profile ini juga untuk sumber informasi yang dikemas secara elegan dan praktis, karena diedit dengan software editing khusus dan hingga dapat menampilkan sebuah visual yang interaktif dan edukatif dengan penjelasan berupa teksnya. Selain dari segi visual, dalam pembuatan company profile ini juga didukung dengan audio untuk menambah dan menguatkan dengan detail sebuah informasi dari visual tersebut.

Manfaat dari jurnal ini yaitu sebagai alat sebuah informasi dan publikasi dalam bentuk video, sama halnya dengan tugas akhir perancangan video advertorial Museum Keris Nusantara ini pun juga sebagai alat informasi dan publikasi yang dikemas secara praktis dan menarik kepada masyarakat untuk mendorong agar berkunjung ke museum ini sebagai wisata edukasi. Manfaat lainnya yaitu dalam editingnya dapat menampilkan sebuah visual yang interaktif dan edukatif dengan penjelasan berupa teksnya. Sama halnya juga video advertorial Museum Keris Nusantara ini, dalam editingnya juga akan menampilkan visual yang edukatif serta menarik yang didukung adanya teks untuk memperkuat audio dan visual yang ditampilkan. Diharapkan video advertorial Museum Keris Nusantara ini menjadi sebuah media promosi yang baik, dan juga mudah diterima untuk segala usia.

(<https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/PROSISKO/article/view/94>)

Dikutip dari Jurnal Sains dan Seni ITS Vol. 5, No.2 (2016) yang disusun oleh Hemdry Kurniawan dan Octaviyanti Dwi Wahyurini dengan judul *Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali di Denpasar*. Dibuatnya video promosi ini untuk memperkenalkan pasar seni tradisional Kumbasari ini kepada wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang dan berkunjung ke Pulau Bali tersebut, dan pasar utama video promosi ini yaitu kepada wisatawan lokal atau wisatawan nusantara. Dalam pembuatan video promosi pasar seni tradisional Kumbasari ini, penulis telah menyelesaikan sebuah perancangan, yang diawali dengan riset awal untuk menggali informasi seperti melakukan sebuah observasi, wawancara untuk mencari sebuah permasalahan yang ada.

Manfaat dari jurnal ini yaitu video promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari ini untuk memperkenalkan pasar seni tradisional Kumbasari ini kepada wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang dan berkunjung ke Pulau Bali tersebut, dan pasar utama video promosi ini yaitu kepada wisatawan lokal atau wisatawan nusantara. Sama halnya pada perancangan video advertorial Museum Keris Nusantara yang akan dibuat ini, yaitu untuk memperkenalkan museum keris ini lebih detail dan menarik kepada masyarakat luas, terutama masyarakat Solo dan sekitarnya inilah target pasar dari video advertorial ini. Manfaat lain dari video promosi ini yaitu dalam menyelesaikan sebuah perancangannya, dengan sebuah riset yang mendalam untuk menggali sebuah informasi-informasi dan juga permasalahan yang ada. Sama halnya juga pada perancangan video advertorial ini yaitu juga akan melakukan sebuah riset yang mendalam dengan observasi, dan juga dengan sebuah wawancara dengan narasumber untuk mencari informasi dan juga permasalahan guna menguatkan pembuatan video advertorial Museum Keris Nusantara ini, agar informasi yang diterima menjadi baik dan mengemasnya dengan baik.

([https://ejournal.its.ac.id/index.php/sains\\_seni/article/view/20732](https://ejournal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/20732))



Dari ulasan diatas, telah banyak sekali ilmu pengetahuan yang telah didapat dari beberapa sumber referensi tugas akhir dan jurnal diatas dan mengambil poin-poin pentingnya untuk diaplikasikan pada tugas akhir ini. Pada tugas akhir ini, akan merancang video promosi dengan metode advertorial, objek yang akan dikerjakan yaitu Museum Keris Nusantara. Dengan dibuatnya video ini, diharapkan masyarakat Soloraya ataupun mancanegara akan dapat mengunjungi Museum Keris Nusantara, karena museum ini adalah tempat untuk pembelajaran, menambah ilmu, dan memperluas wawasan tentang sejarah masa lalu.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Perancangan**

Pengertian perancangan menurut Soetam Rizky yaitu sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur serta detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya. (Soetama Rizky, 2011 : 140).

Pengertian perancangan menurut Jogiyanto sebagai penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah dari satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Jogiyanto, 2005).

Kesimpulan dari pengertian perancangan diatas yaitu sebuah proses sesuatu penggambaran yang akan dikerjakan menggunakan teknik dan beberapa elemen agar menjadi satu kesatuan yang utuh dan terkonsep.

### **2. Video**

Pengertian video menurut Sukiman adalah seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam waktu bersamaan. (Sukiman, 2012:187-188).

Pengertian video menurut Cecep Kustandi adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau

memperlambat waktu dan mempengaruhi sikap. (Cecep Kustandi dan Bambang Sutjipto, 2013:64).

Pengertian video menurut Arief S. Sadiman adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif, maupun instruksional. (Arief S. Sadiman, 2009:74).

Kesimpulan dari pengertian video diatas yaitu sebuah media untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan yang informatif dan mengedukasi dengan visual dan audio secara bersamaan.

### 3. Advertorial

Pengertian advertorial menurut Arens adalah suatu bentukan separuh iklan separuh tajuk rencana, bertujuan untuk memunculkan opini public daripada menjual hasil produk. (Arens, 1992:15).

Pengertian advertorial menurut Sudiana adalah bentukan dari iklan dan tajuk rencana. Pengertian iklan sendiri, menurut Dendi Sudiana, merupakan bagian dari reklame yang berasal dari bahasa Prancis, RE-clamere yang berarti meneriakkan berulang-ulang. (Sudiana, 1884:1).

Jika disimpulkan dari pengertian advertorial diatas yaitu sebuah bentuk iklan yang memberikan sebuah opini dari sebuah produk atau perusahaan.

#### a. Jenis Advertorial

Ada beberapa jenis advertorial yang berdasarkan kegunaan dan isi pesannya, yaitu:

- Advertorial Produk : mengulas tentang produk-produk yang akan ditawarkan kepada khalayak.
- Advertorial Jasa : mengulas tentang jasa apa saja yang akan ditawarkan kepada khalayak.
- Advertorial Perusahaan : mengulas tentang sebuah perusahaan, kegiatan apa saja yang dilakukan pada

perusahaan tersebut, dan lokasi atau tempat pada perusahaan tersebut.

- Advertorial Pemerintahan : Mengulas tentang kegiatan apa saja yang dilakukan pada pemerintahan tersebut, atau bisa juga mengulas tentang sumber potensi pada suatu daerah.

#### b. Sifat Advertorial

Dibawah ini adalah beberapa sifat dari advertorial, yaitu:

- Informatif : memberikan sebuah informasi dari suatu barang atau jasa tersebut dengan gaya penulisan langsung.
- Eksplanatif : memberikan sebuah penjelasan mengenai produk atau jasa tersebut.
- Interpretif : berupa penjelasan mengenai produk atau jasa dengan sejumlah komentar.
- Persuasif : berupa bujukan untuk khalayak agar mengikuti apa yang diinginkan oleh penulis.
- Influentif : berupa dorongan agar terjadinya suatu tindakan.
- Memuji : berupa pujian untuk sebuah informasi yang telah diberikan pada khalayak, supaya khalayak menjadi tertarik.
- Argumentatif : berupa argumen yang membuktikan sesuatu.
- Eksploratif : berupa menjawab dan menjelaskan tentang apapun yang ditanyakan oleh khalayak.

#### c. Tujuan dan Fungsi Advertorial

Tujuan dan fungsi advertorial adalah untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada khalayak, dan juga sebagai pendamping ataupun penjelasan yang detail dari sebuah iklan pada media massa. Tujuan dari advertorial yaitu

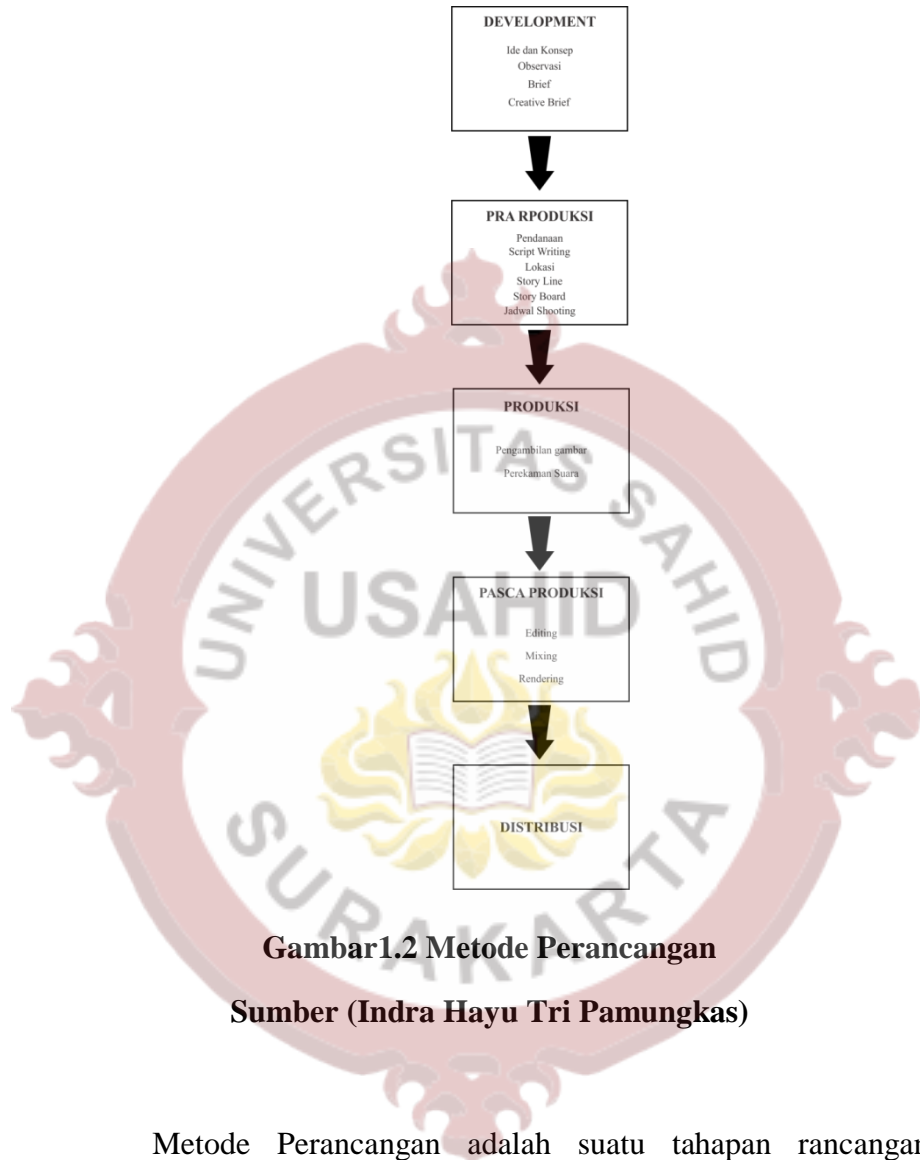
untuk memperkenalkan atau mempromosikan suatu barang atau jasa dari suatu perusahaan kepada masyarakat umum. Fungsi dari advertorial adalah sebuah alat untuk penerjemahan ataupun penafsiran iklan yang ada di media massa.

d. Komponen

Dalam sebuah penulisan advertorial menggunakan teknik jurnalistik yaitu 5W+1H. Isi dari penulisannya yaitu:

- Intro : dalam intro ini yaitu berisikan sesuatu yang menarik perhatian audience atau masyarakat umum.
- Body : dalam body berisikan bagian isi dalam iklan tersebut, dimana pada bagian ini menjelaskan secara detail sebuah informasi.
- Penutup : pada bagian ini biasanya berisikan kesimpulan atau pernyataan dari seluruh alur yang ada.

## G. Metode Perancangan



**Gambar1.2 Metode Perancangan**

**Sumber (Indra Hayu Tri Pamungkas)**

Metode Perancangan adalah suatu tahapan rancangan yang memudahkan untuk dalam pembuatan sebuah konsep karya dan juga memudahkan untuk dalam mengembangkan konsep tersebut, tahapan dalam metode perancangan yaitu:

a. Development

- Ide Konsep

Sebuah rancangan atau gagasan untuk membuat suatu karya, dengan konsep yang sudah ada maka akan lebih mudah mengaplikasikannya. Dalam pembuatan video



advertorial Museum Keris Nusantara ini, akan dibuat dengan konsep yang ringan, dan dibarengi dengan informasi didalamnya, agar mudah dipahami dan dapat menarik para masyarakat agar datang untuk mengunjungi museum ini.

- **Obsevasi**

Melakukan penggalian data atau mencari informasi sedetail mungkin agar informasi yang didapat dapat memudahkan dalam pembuatan video advertorial pada museum ini. Yang dilakukan dalam observasi ini yaitu mencari referensi tugas akhir, referensi jurnal, dan juga referensi video yang terdapat pada youtube. Selain itu observasi pada lokasi juga dilakukan seperti tinjauan lokasi, wawancara dengan salah satu staf, dan melihat benda apa saja yang dipamerkan di museum ini. Jika segala informasi telah terkumpul, maka data akan di olah pada tahap brief.

- **Brief**

Pada tahapan brief, yang dilakukan yaitu penggalian data dari Museum Keris Nusantara ini sendiri. Penggalian data ini dilakukan dengan cara wawancara singkat dengan salah satu staf, yang membahas mengenai museum keris ini. Dari wawancara singkat ini akan mendapatkan data dan melakukan sebuah observasi. Setelah semua data yang diperlukan sudah terkumpul, data akan diolah secara urut dan teratur. Setelah itu diidentifikasi data tersebut. Jika sudah semuanya, konsep data yang sudah diolah akan dilakukan konsultasi kepada dosen pembimbing, untuk diberi masukan agar informasi yang didapat dapat dengan mudah diterapkan kedalam video advertorial.

- **Creative Brief**

Setelah informasi diolah dan dikembangkan, kemudian melakukan Creative Brief. Pada tahapan ini, informasi yang sudah diidentifikasi akan dikembangkan menjadi analisa data dan penerapan untuk strategi kreatif. Beberapa sub bab penting dalam creative brief adalah Analisa Data, USP (Unique Selling Proposition), ESP (Emosional Selling Proposition), dan Positioning. Pada bagian analisa data, bagian ini mengkaji data secara terperinci seperti hasil identifikasi data, segmentasi, tinjauan identitas perusahaan. Sedangkan USP dan ESP merupakan sebuah bagian yang hampir memiliki kemiripan yang sama. Jika USP menganalisa tentang hal unik dan menjadi daya tarik tersendiri, maka ESP justru menganalisa bagaimana cara perusahaan dapat menarik perhatian konsumen dengan permainan emosi. Selanjutnya pada sub bab Positioning, yaitu menyusun rencana dan konsep kreatif yang diterapkan sebagai strategi kreatifnya. Di dalam Positioning, seluruh rencana dan konsep kreatif bersumber dari sub bab sebelumnya yang kemudian diolah pada bagian ini. Selanjutnya, masuk ke bagian strategi kreatif dan di bagian ini merupakan susunan sistematis tentang rencana kreatif yang akan diimplementasikan ke dalam bentuk media audio visual. Karena di konsep ini akan direncanakan memakai media video, maka secara tidak langsung konsep strategi kreatif ini mengacu pada penulisan naskah, pembentukan crew, pendanaan, storyboard, shooting list, shooting scrip.

#### b. Pra Produksi

- **Pendanaan**

Pendanaan adalah biaya atau modal untuk membiayai sebuah pengerjaan produksi dari awal hingga selesai. Pendanaan dalam pembuatan tugas akhir video advertorial

ini seperti untuk sewa kamera, lensa, dan juga untuk sewa jasa seorang voice over.

- Script Writing

Script Writing atau yang sering disebut dengan penulisan naskah adalah pembuatan script atau naskah yang gunanya untuk memperkuat informasi dari isi video, dan juga naskah ini juga untuk memudahkan dalam pengambilan gambar.

- Lokasi

Lokasi yang akan digunakan dalam pembuatan tugas akhir ini tentunya berada di Kota Solo, dan akan mengambil tentang icon-icon yang terkenal dari Kota Solo, dan juga di Museum Keris Nusantara itu sendiri. Lokasi yang digunakan akan mengacu pada naskah yang dibuat agar pada audio dan visual memiliki kesinambungan.

- Storyline

Storyline adalah sebuah gambaran dari hasil riset, dalam pengambilan gambar yang meliputi lokasi, wawancara yang sesuai dengan narasumber agar dapat meyakinkan jika Museum Keris Nusantara ini layak didatangi dan layak sebagai tempat pembelajaran.

- Storyboard

Storyboard adalah sebuah gambaran atau susunan cerita yang telah dirangkai secara urut dalam bentuk gambar. Hal ini agar memudahkan dalam pengambilan gambar pada saat melakukan produksi nanti.

- Jadwal Shooting

Jadwal shooting yaitu jika keseluruhan dari development hingga pra produksi sudah siap, maka dibuatlah jadwal pengambilan gambar yang sudah di list dan detail pada setiap harinya sudah tersusun pada breakdown. Pembuatan

jadwal shooting ini agar bisa mengatur waktu dengan baik dan efisien.

c. Produksi

- Pengambilan gambar

Pengambilan gambar yaitu proses shooting atau melakukan pengambilan gambar yang sudah dibuat breakdown pada jadwal shooting, dan pengambilan gambar pun dengan acuan yang sudah dibuat pada pra produksi.

- Perekaman Suara

Perekaman suara yaitu proses dalam pengambilan suara, hal ini biasanya dilakukan pada saat wawancara dan juga pada saat voice over, guna memperkuat visual yang ada.

d. Pasca Produksi

- Editing

Editing adalah kegiatan menggabungkan beberapa bagian – bagian video agar menjadi satu – kesatuan yang memiliki alur cerita. Selain itu, dalam editing juga dapat memilih, memotong bagian video yang tidak diperlukan. Dalam editing ini pun bisa juga menambahkan warna atau color grading agar menambah suasana dalam video agar terlihat lebih hidup.

- Mixing

Mixing yaitu kegiatan untuk mengoreksi suara yang telah di rekam pada saat wawancara. Suara tersebut bisa di olah lagi agar terdengar jelas, tanpa gangguan suara sekitar.

- Rendering

Rendering adalah proses menggabungkan video dan audio yang sudah dipilih dan sudah diedit agar menjadikan video yang sudah dirender menjadi satu kesatuan.

e. Distribusi

Kegiatan yang memperlancar dan mempermudah dalam penyampaian informasi guna melihat dan mempertontonkan video

advertorial Museum Keris Nusantara ini ke masyarakat luas. Sebelum disebarluaskan, video advertorial yang sudah selesai dibuat akan diserahkan ke pihak museum terlebih dahulu untuk mencari apakah ada yang perlu dievaluasi. Dengan adanya evaluasi ini, akan mengetahui letak kesalahan dan memperbaikinya, supaya apa yang sudah dikerjakan dan yang akan di serahkan ke khalayak umum adalah sesuatu yang baik dan diterima oleh khalayak luas.

## **H. Sistematika Penulisan**

### **BAB I**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, landasan teori, metode perancangan, dan sistematika penulisan

### **BAB II**

Pada bab ini menjelaskan tentang informasi yang lengkap tentang objek yang sedang dikerjakan dalam tugas akhir, seperti data perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi

### **BAB III**

Pada bab ini menjelaskan atau menjabarkan sebuah konsep perancangan yang akan dibuat yang meliputi analisa data, USP, ESP, positioning, strategi kreatif, konsep teknis, media plan.

### **BAB IV**

Pada bab ini membahas perwujudan karya dan mock up yang akan dibuat dan direalisasikan.

### **BAB V**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari sebuah penelitian yang sudah dilakukan dan juga telah membuat karya yang dilakukan.