BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Pendekatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan berbasis praktik (*Practice Based Research)*. Metode kualitatif adalah analisis data dengan melakukan wawancara langsung dengan narasumber, mencari referensi yang memiliki hubungan. Kualitatif merupakan suatu metode berganda dalam fokus, yang melibatkan suatu pendekatan interpretatif dan wajib terhadap setiap pokok permasalahannya. Ini berarti penelitian kualitatif bekerja dalam setting yang alami, yang berupaya untuk memahami, memberi tafsiran pada fenomena yang dilihat dari arti yang diberikan orang-orang kepadanya [17]. Dengan kualitatif yang dipilih sebagai metode pendekatan, mendeskripsikan latar dan interaksi yang komplek, untuk mengidentifikasi informasi dan diharapkan data yang diperoleh dapat sesuai dengan fakta.

3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.2.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Museum Soesilo Soedarman Desa Gentasari, Kecamatan Kroya,Kabupaten Cilacap.

3.1.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2022.

3.1.3 Objek dan Subjek Penelitian

3.1.3.1 Pengertian Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu membuat video iklan promosi pada Museum Soesilo Soedarman.

3.1.3.2 Pengertian Subjek Penelitian

Subjek yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu pengelola Museum soesilo soedarman dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.

Pengelola : Ibu Apolipuringi (Ungki)

Pegawai : Mbak Eny

3.1.4 Jenis Data dan Sumber Data

3.1.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara terstruktur dengan panduan kuesioner [18]. Berdasarkan kutipan tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan data primer didapat secara langsung dari pengelola Museum Soesilo Soedarman dengan cara observasi dan wawancara secara langsung.

3.1.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperolehdari dokumen-dokumen melalui instansi terkait yang berkompeten [18]. Data Sekunder didapat secara tidak langsung dengan melalui *Website* Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata. Ditambahkan melalui sumber data lain seperti jurnal yang berkaitan dengan video dan promosi.

3.1.5 Informan Penelitian

Informan penelitian ialah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian yang dibutuhkan [19]. Informan dalam penelitian ini merupakan orang yang terlibat langsung dalam pengelolaan MuseumSoesilo Soedarman, berikut adalah daftar informan yang didapat oleh peneliti :

1. Pak Indroyono Soesilo, sebagai pemilik

2. Ibu Apolipuringi (Ungki), sebagai pengelola
3. Mbak Eny, sebagai pegawai MuseumSoesilo Soedarman

3.1.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan agar memperoleh data yang sesuai adalah sebagai berikut:

3.1.6.1 Observasi

Pengamatan ataupun observasi yang dilakukan guna menguatkan hasil kuesioner ataupun kemampuan berpikir kritis [20]. Observasi dilakukan dengan mencari informasi melalui internet mengenai Museum Soesilo Soedarman dan juga mencari tahu melalui web mengenai informasi yang dibutuhkan untuk menjadi target penelitian. Tujuan observasi pada penelitian ini untuk mengetahui stategi kreatif yang tepat untuk menarik perhatian pengunjung. Sehingga dapat ditentukan perancangan pembuatan video yang tepat sebagai media promosi.

3.1.6.2 Wawancara

Wawancara merupakan sesuatu bentuk komunikasi lisan yang dicoba secara terstruktur oleh dua orang ataupun lebih, baik secara langsung ataupun jarak jauh [21]. Wawancara yang dilakukan peneliti untuk melakukan proses wawancara/tanya jawab antara peneliti dan narasumber dari pengelola Museum Soesilo Soedarman sebagai objek penelitian dan dilakukan secara offline maupun online.

3.1.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses yang dilakukan secara sistematis mulai dari pengumpulan sampai pengelolaan informasi yang menghasilkan kumpulan dokumen [22]. Dokumen yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagi bukti data visual berupa foto.

3.1.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT guna menganalisis fitur museum. Dipilih pada penelitian ini dikarenakanpada metode analisis SWOT mengkombinasikan empat faktor yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang bersifat *internal* dari suatu perancangan, sedangkan peluang dan ancaman dipengaruhi faktor *eksternal* dalam sebuah penelitian. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan potensi kekuatan dan peluang, serta meminimalisir kelemahan dan ancaman.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Museum

Nama Tempat : Museum Soesilo Soedarman

Jenis : Wisata Sejarah

Sosial Media : Facebook (Museum Soesilo Soedarman)

Alamat : Desa Gentasari, Kecamatan Kroya, kabupaten Cilacap – Jawa Tengah Indonesia

Telepon 085641959586

Gambar 3. 1 Museum Soesilo Sudarman
Sumber: peneliti

Museum Soesilo Sudaman merupakan aset dari ayah Soesilo Sudarman pada zamannya yang jadi jendral Tentara Nasional Indonesia(TNI), Museum Soesilo Soedarman merupakan mentri koordinator bidang politik, hukum serta keagamaan pada kabinet pembagunan VI serta mentri pariwisata. Di Museum Soesilo Soedarman banyak dipajangbenda aset serta gambar ekspedisi hidup Soesilo Soedarman. Soesilo Soedarman pula salah satu lulusan terbaik Perguruan Militer Yogyakarta angkatan pertama. Museum Soesilo Soedarman ialah museum kebanggaan warga Cilacap, khususnya di Desa Gentasari Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap, sebab ialah salah satu tempat melestarikan aset- peninggalan yang dipunyai oleh Ayah Soesilo Soedarman dari ayah Soesilo kecil sampai dia wafat, serta fasilitas pembelajaranuntuk para generasi penerus.

Museum Soesilo Soedarman terletak pada Jalan Temu Giring No 1 Desa Gentasari Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap. Museum ini dibuka tiap hari dari jam 09. 00 Wib hingga jam 16. 30 Wib. Harga tiket masuk Museum Soesilo Soedarman yaitu Rp 5.000,00 per orang. Arsitektur bangunan Museum Soesilo Soedarman merupakan gabungan tradisional bergaya “Joglo” serta bermodel modern. Dibentuk di atas tanah seluas 1,5 ha. Museum Soesilo Soedarman menempatibangunan lama aset dari kakek Soesilo Soedarman terdiri dari 3bangunan inti ialah 2 Joglo bagian tengah disebut Lojen serta di sebelah timur terdapat bangunan tambahan ialah gandok dan yang direnovasi 1 gedung berlantai 2. Di lantai dasar untuk kafe serta di lantai 2 taman pustaka. Museum ini menampung lebih dari 200 buah koleksi yang disajikan secara bersih serta baik di dalam ataupun di luar ruangan.

Di luar ruangan ada koleksi alat-alat perang antara lain koleksi meriam, tank, pesawat tempur, panser, ranjau laut serta rudal. Di dalam ruangan terdapat benda-benda koleksi antara lain Piagam Penghargaan, potret-potret kenangan perjalanan Soesilo Soedarman di dalam ataupun di luar negara, Peristiwa- peristiwa bernilai mempunyai sejarah yang didokumentasikan semacam Kejadian Peresmian Gedung. Dari koleksi baik yang bersifat deskriptif ataupun yang bersifat analisis, itu sangat berarti untuk diterbitkan kepada warga. Supaya bisa mendapatkan pengetahuan tentang arti dan makna peninggalan budaya tersebut utamanya untuk pertumbuhan kehidupan budaya saat ini serta yang akan datang.

3.2.2 Hasil Observasi

Observasi dilakukan dengan mencari informasi melalui internet dan wawancara secara langsung mengenai Museum Soesilo Soedarman dan juga mencari tau melalui web mengenai informasi yang dibutuhkan untuk menjadi target penelitian. Observasi serta data-data valid yang dilakukan pada tanggal dan hari yang sama yaitu tanggal 23 Januari 2022 pukul 11.00 WIB dilakukan penelitian secara langsung mengenai visualisasi museum Soesilo, sehingga dapat ditentukan Perancangan pembuatan video yang tepat sebagai media promosi.

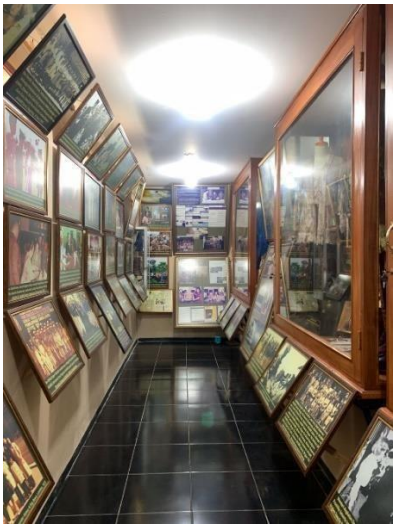
Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian pada Museum soesilo soedarman sebenarnya museum yang ditampilkan cukup menarik dari isi museum, kelengkapan benda-benda yang ada, serta tatanannya didalam museum dan memiliki nilai tinggi sejarah akan tetapi museum cukup kurang, terutama dalam bidang promosi melalui media sosial. Media promosi yang Museum Soesilo Soedarman masih aktif adalah *browsur* dan media sosial Facebook.

3.2.3 Hasil Wawancara

Museum Soesilo Soedarman merupakan aset dari ayah Soesilo Soedarman yang bernama Soedarman Wiryosoedarmo pada zamannya yang jadi jendral Tentara Nasional Indonesia (TNI), diambil alih oleh bapak Indroyono Soesilo anak ke dua dari bapak Soesilo Soedarman. Museum Soesilo Soedarman dikelola oleh ibu Apolipuringi terkenalnya Ibu Ungki, yang memiliki pegawai bermana Mbak Emy, pak Dardjito dan pak Suwarso. Pengunjung yang datang ke Museum Soesilo Soedarman dari berbagai kalangan umur baik dewasa maupun anak-anak. Kebanyakan pengunjung datang dari sekitaran Kabupaten Cilacap. Data yang peneliti dapatkan dari pegawai Museum Soesilo Soedarman, museum ramai hanya di hari Minggu saja dan penjualan tiket di hari Minggu semenjak pandemi itu kurang lebihnya 100 tiket masuk yang terjual. Di hari Minggu sebelum pandemi kurang lebih 250- 300 tiket masuk yang terjual di Museum Soesilo Soedarman. Dihari biasasebelum pandemi penjualan tiket seharinya kurang lebih 35tiket terjual dan sekarang di masa pandemi tiket hanya terjual 10-15 tiket yang terjual perharinya.

3.2.4 Data Visual

Gambar 3. 2 Museum Soesil Soedarman
Sumber: peneliti

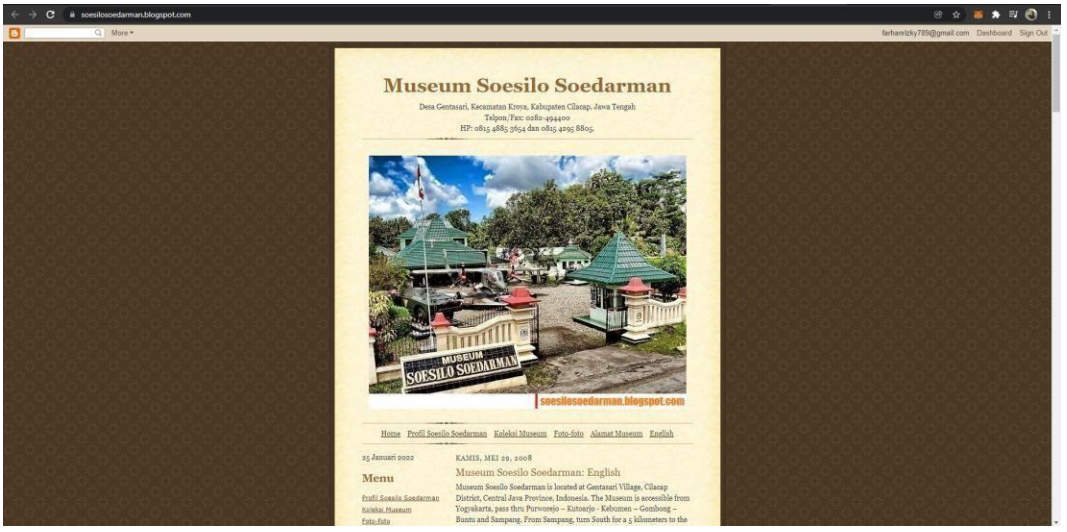


Gambar 3. 3 Museum Soedarman Soedarman
Sumber: peneliti

Gambar 3. 4 Museum Soesilo Soedarman
Sumber: peneliti

Gambar 3. 5 Museum Soesilo Soedarman
Sumber: peneliti

Gambar 3. 6 Promosi Museum Soesilo Soedarman di laman facebook
Sumber: *screenshot* Facebook



Gambar 3. 7 Promosi Museum Soesilo Soedarman di blogspot
Sumber: *screenshot* blogspot

Gambar 3. 8 Promosi Museum Soesilo Soedarman di Cilacapkab.go.id
Sumber: *screenshot website* dinas pemuda olahraga dan pariwisata

3.2.5 Karya Komparasi

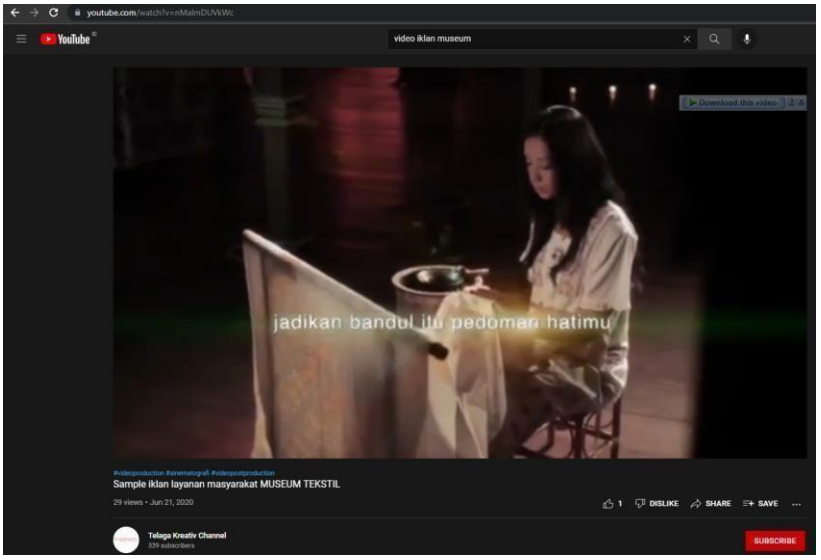
3.2.5.1 Video Iklan Museum Tekstil

Museum tempat menyimpan, mengoleksi, merawat, dan memamerkan hasil tekstil, berupa kain, pakaian, serta peralatan, mulai dari bentuk tradisional hingga bentuk kontemporer dari berbagai daerah di Indonesia. Museum tekstil salah satu museum khusus di bidang pertekstilan di Indonesia. Benda-benda koleksinya berupa kain/pakaian serta peralatan mulai dari bentuk tradisional hingga bentuk kontemporer. Terletak di Jl K.S Tubun

no. 4, Kecamatan Petamburan, Jakarta Museum ini mulaidibangun oleh pemerintahan daerah khususnya di Jakarata.

Dalam penelitian ini terdapat karya komparasi yang nantinya berguna sebagai acuan atau referensi pembuatan karya video iklan. Pada video ini memperlihatkan seseorang sedang mebuat batik, pada video ini dari kualitas, *dubbing* suara, hingga pencahayaan dalam video ini masih sangat kurang. Tidak adanya narasi yang mengiringi gambar. Sehingga informasi tidak tersampaikan secara maksimal. Dalam karya ini peneliti ingin memperbaiki dipencahayaan dan menambahkan *storytelling* dalam pembuatan video iklan Museum Soesilo Soedarman yang seharusnya untuk membuat iklan yang sangat menarik untuk *audience*. Lalu penambahan *storytelling* untuk menceritakan museum agar masyarakat tahu tentang Museum Soesilo Soedarman dan tidak sepi di dalam video iklan promosi tersebut.

a) Data Visual



Gambar 3. 9 Video iklan museum tekstil
Sumber: *screenshot* Youtube
telaga kreativ *channel*

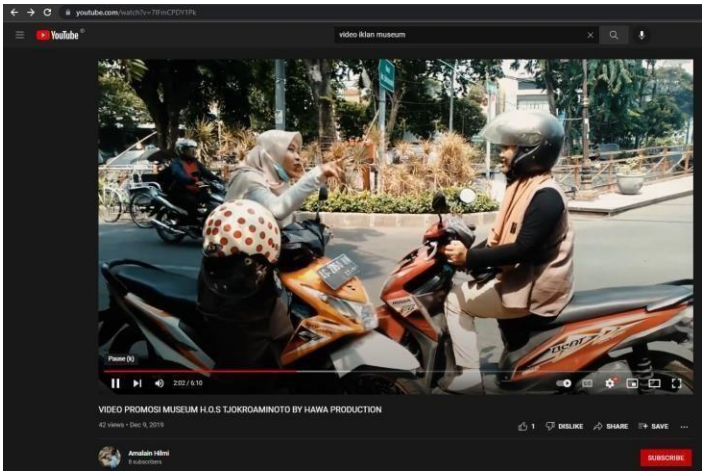
3.2.5.2 Video Iklan Museum H.O.S Tjokroaminoto

Museum H.O.S Tjokroaminoto berada di jalan Peneleh gang VI, no 29-3i, Peneleh, kecamatan Genteng, Kota Surabaya

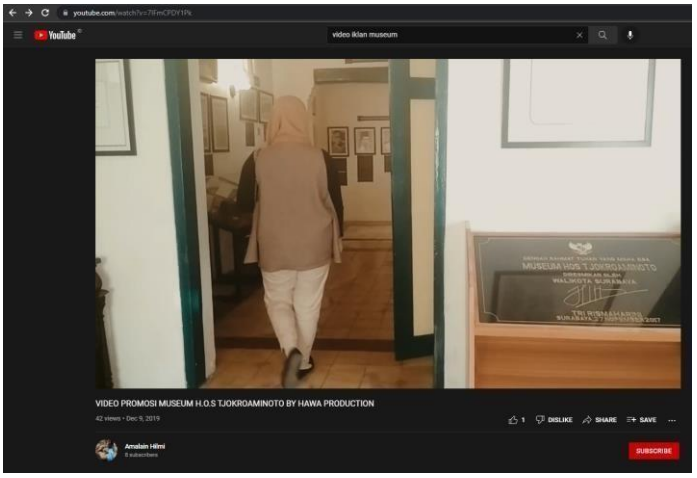
Jawa Timur. HOS Tjokroaminoto dikenal sebagai pemimpin dan tokoh terkemuka dari Sarekat Islam, SI menjadi satu di antaranya banyaknya organisasi massa terbesar dalam sejarah pergerakan nasional. Tjokroaminoto sendiri ialah orang asli Jawa Timur, tepatnya lahir di Kota Madiun. Peresmian rumah kediaman Tjokroaminoto menjadi sebuah museum terjadi pada tanggal 27 November 2017.

Dalam penelitian ini terdapat karya komparasi yang nantinya berguna sebagai acuan atau referensi pembuatan karya video iklan. Pada video ini memperlihatkan dua anak muda yang sedang berdialog sebelum memperkenalkan Museum H.O.S Tjokroaminoto yang dalam video tersebut durasi berdialog untuk memperkenalkan museum tersebut terlalu lama dan juga bertele-tele. Tidak hanya itu, dialog yang kurang menjiwai juga berlangsung cukup lama, namun juga dalam mendokumentasikan video tersebut sangat kurang menarik dan juga tidak bagus. Karena video tersebut shaking atau tidal stabil dan teralu biasa. Dalam karya ini peneliti akan memperbaiki baik dialog, pengisi suara, musik maupun dari dokumentasi karya akan lebih bagus dan peneliti akan membuat video iklan dengan sangat menarik, video yang dibuat nantinya akan memanjakan mata supaya menarik pengunjung.

b) Data Visual



Gambar 3. 10 Video iklan Museum H.O.S Tjokroaminoto
Sumber: *screenshot* Youtube Amalain



Gambar 3. 11 Video iklan Museum H.O.S Tjokroaminoto
Sumber: *screenshot* Youtube Amailain

3.2.6 Studi Kompetitor

3.2.6.1 Museum Panglima Besar TNI Jendral Sudirman

Nama Tempat : Museum Jendral Sudirman

Jenis : Wisata Sejarah

Sosial Media : Facebook (Museum Jendrak Sudirman)

Alamat : Jl. Patimura No.240a, RW No.1, Dusun II, Pasir Kidul, Kec. Purwokerto Bar., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53136

Telepon : -

Negara Indonesia memiliki banyak pahlawan pahlawan terbaik selama sejarah Salah satunya Jenderal Soedirman Presiden Soekarno hingga memberikan penghormatan untuk itu Dia apalagi berperan selaku tangan kanan dalam perjuangan menyelamatkan Indonesia dari penjajahan kemauan Belanda buat kembali ke koloni dengan dorongan pasukan Sekutu Jenderal Soedirman berupaya keras untuk mempertahankan kemerdekaan serta pengakuan internasional untuk Indonesia.

Kartowirodji merupakan ayahnya yang pekerja di salah satu pabrik Dia dari Siyem yang saat ini merupakan generasi Wedana Rembang Purbalingga Semenjak umur 8 tahun Soedirman diadopsi oleh saudara Siyem Raden Tjokrosoenarjo. Sifatnya yang tabah serta adil dalam memberi penjelasan kepada muridnya, ia tercantum salah satu guru yang tenar pada dikala itu. Pada tahun yang sama, Soedirman dinaikan sebagai kepala seakan HIS Muhammadiyah Cilacap dia diketahui sebagai pemimpin berpikiran terbuka bijaksana serta senantiasa dapat menciptakan solusi atas tiap permasalahan yang dialami oleh guru Murid Soedirman Marsidik mengatakan" Pak Dirman mengajar dengan sangat baik Penanganan materi tidak kering Kerapkali penuh humor serta senantiasa memadukan ajaran agama serta nasionalis. Perihal ini dibuktikan dengan perang Gerilya yang dicetuskan serta dilancarkan oleh Soedirman yang sukses membuat Indonesia merdeka. Tidak hanya itu, dia seseorang patriotisme sejati. Area museum

dibagi menjadi bangunan utama yaitu perpustakaan dan duplikat rumah kelahiran Jenderal Soedirman, lahan parkir dan lapangan besar untuk umum di bagian depan museum [23].

Museum Panglima Besar Tentara Nasional Indonesia (TNI) Jenderal Soedirman masuk dalam jenis museum spesial, tetapi sayangnya museum ini masih belum penuhi kriteria ketentuan pendirian museum bagi departemen pembelajaran serta kebudayaan Republik Indonesia.

Untuk status kepemilikan museum sendiri ialah museum yang dipunyai oleh Pemerintah Kabupaten Banyumas, dengan Dinas Pemuda serta berolahraga, budaya serta pariwisata Kabuapaten Banyumas selaku pengelolanya.

Pada bangunan utama Museum Panglima Besar Jenderal Soedirman yang terletak di lantai dasar, wisatawan hendak diajak buat belajar tentang perjuangan serta riwayat hidup Panglima Besar Jenderal Soedirman semenjak beliau lahir sampai wafatnya.

3.2.6.2 Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja

Nama Tempat : Museum Soegarda Poerbakawatja
Jenis : Wisata Sejarah
Sosial Media : Facebook (Museum Prof. DR. R Soegarda Poerbakawatja
Alamat : Jalan Alun-alun Utara 1, Purbalingga, Indonesia, Central Java
Telepon : (0281) 892086

Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja Terletak di Kota Purbalingga, Museum ini diambil dari tokoh pendidikan Nasional kelahiran Desa Prigi Kecamatan Padamara Kabupaten Purbalingga. Museum ini mempunyai tema "Kehidupan Budaya Penduduk Purbalingga". Falsafah jiwa jawa yang menyebut jika kesempurnaan hidup sejiwa bisa dilihat apabila sudah memenuhi persyaratan dengan mempunyai wisma, pusaka, perempuan, kukila serta turanga, juga mengilhami koleksi dari museum ini [24]. Museum Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja berupaya mengingatkan kembali sumberbudaya serta sejarah penduduk Purbalingga supaya bisa terus bersinergi dengan arus jaman. Koleksi *masterpiece* Museum Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja antara lain terdiri dari: koleksi arkeologika perbengkelan gelang batu, koleksi memorabilia Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja serta koleksi wayang Suket mbah Gepuk yang telah diresmikan sebagai peninggalan budaya nasional tahun 2020. Dikala ini dinyatakan sebagai museum golongan C semenjak 1 Maret 2019.

3.2.7 Analisis Penelitian

Tabel 3. 1 Analisis SWOT

Analisis SWOT	Museum Soesilo Soedarman	Museum Panglima Besar TNI Jenderal Sudirman	Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja

Kekuatan (*Strenghts*)	- Harga tiket masuk terjangkau. Museum Soesilo Soedarman memiliki *history* perjuangan bangsa Indonesia khususnya di Cilacap. - Sejarah yang terkandung di dalamnya tak terhitung, selain untuk edukasi Museum Soesilo Soedarman juga bermanfaat bagi wisatawan yang berkunjung. - Adanya patung Soesilo Soedarman di pintu masuk museum. - Dan banyak sekali foto-foto sejarahnya, kendaraan seperti mobil pribadi, tank, pesawat tempur dan juga adanya bebrapa jenis tembakan tembakan sampai meriam hingga tempat tidur di dalam Museum Soesilo Soedarman sebagai peninggalan.	- Harga tiket masuk terjangkau. - Museum Panglima Besar TNI Jendral Sudirman memiliki history pejuangan khususnya di Purwokerto. - Adanya patung Jendral Sudirman sedang menaiki kuda. - Di dalam museum terdapat beberapa peristiwa sejarah Jendral Sudirman dengan menggunakan patung berukuran kecil sebagai peninggalan sejarah.	Peninggalannya adalah barang-barang antik seperti keris dan alat kendaraan seperti delman.
Kelemahan (*Weakness*)	Kurangnya media promosi di Museum Soesilo Soedarman yang menyebabkan sepi dan kurang pengunjung.	Lokasi yang jauh dari pusat kota.	masih kurang seperti tidak adanya pemandu wisata.

Peluang (*Oppurtunities*)	Menggunakan media sosial sebagai media promosi agar menjangkau lebih banyak orang diluar sana dan mempunyai target masyarakat umum.	Pemindahan kepusat kota.	Museum ini dikenal dengan peninggalan prasejarahnya.
Ancaman (*Threats*)	- Museum yang memiliki objek sejarah yang lebih lengkap.	- jauh dari keramaian.	- Museum yang memiliki sarana dan prasarana yang lebih mudah diakses dan tidak jauh dari kota.

Berdasarkan analisis diatas dapat di simpulkan strenghts dan oppurtunities menjadi faktor internal yang dapat menjadi keunggulan pada perancangan video iklan promosi Museum Soesilo Soedarman kepada khalayak luas. Sedangkan weakness dan threats menjadi faktor ancaman yang bersifat eksternal pada perancangan video promosi ini.

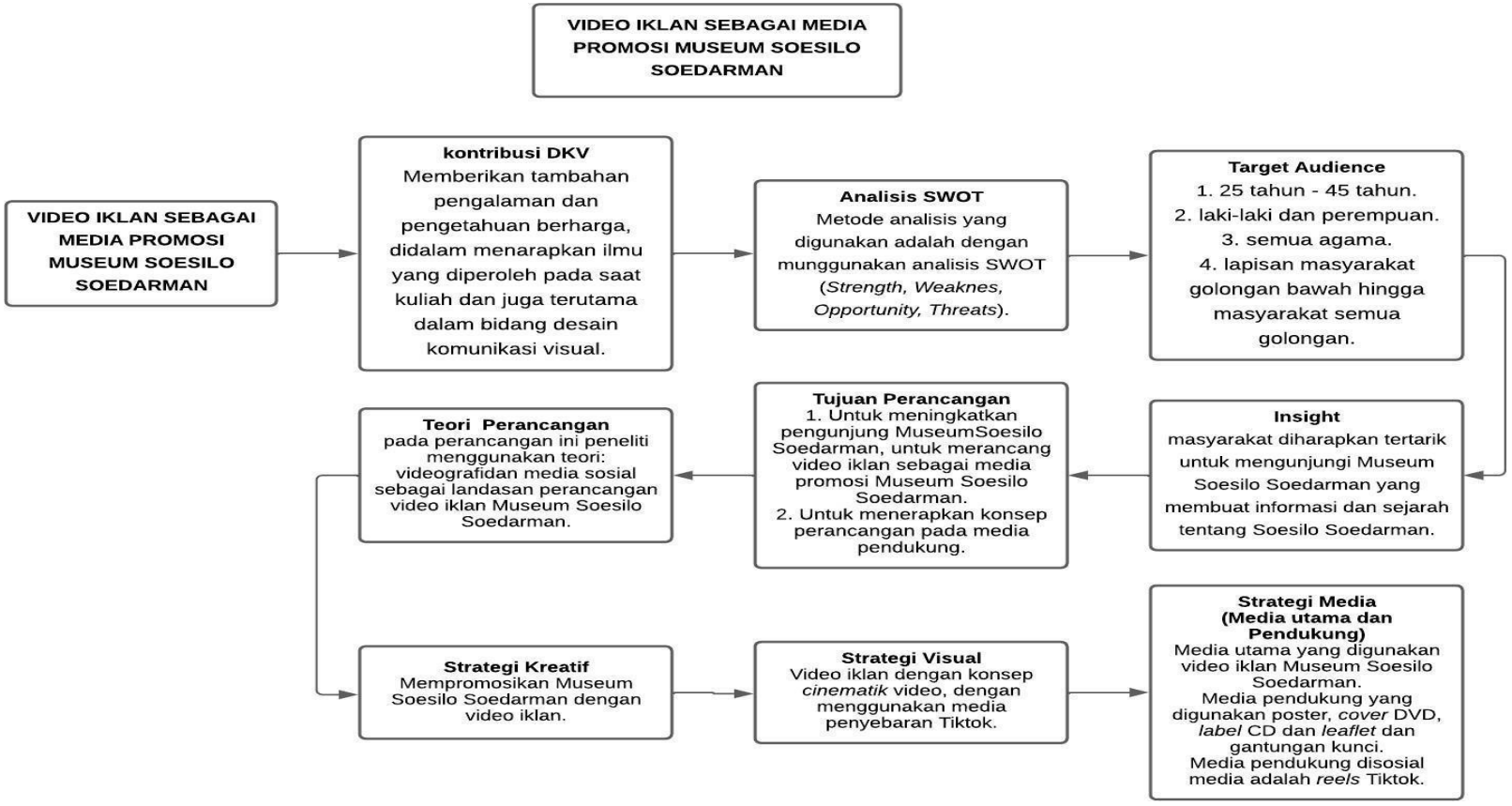
3.2.8 Unique Selling Preposition (USP)

Unique selling proposition ialah pesan iklan yang memuat unsur metafora dalam pendekatan strategi kreatif, salah satu pendekatan dalam beriklan yang mempunyai style penyampaian lugas serta komunikatif [25]. Adapun USP pada Museum Soesilo Soedarman ini berfokus pada tokoh Soesilo Soedarman itu sendiri yang dimana berisi tentang sejarah perjalanan tokoh Soesilo Soedarman. Sedangkan museum yang lainnya menjelaskan tentang peristiwa besar tanpa terfokus dengan tokoh yang ada di dalam peristiwa tersebut.

3.2.9 Positioning

Positioning video promosi Museum Soesilo Soedarman yaitu sebagai media promosi museum yang tersedia dibandingkan museum lainnya yang belum ada video iklan Museum Soesilo Soedarman menjadi wisata edukasi sejarahyang murah dan dekat dengan masyarakay Cilacap.

3.3Kerangka Perancangan



Tabel 3. 2 Kerangka Perancangan
Sumber: peneliti

3.4 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan
Perancangan Video	Juli
Persiapan Kru, Alat, Produksi, Lokasi	Agustus
Pra Produksi	Agustus
Produksi	Agustus
Pasca Produksi	Agustus

BAB IV
VISUALISASI

4.1 Ide Dasar Perancangan

Ide perancangan dalam pembuatan video museum Soesilo Soedarman yang berada di Cilacap Jawa Tengah ini adalah membuat video iklan yang menyebarluaskan tentang peninggalan sejarah ini yaitu Museum kepada semua masyarakat dengan menggunakan musik.

4.2 Konsep Perancangan

Pembuatan video iklan Museum yang akan dibuat memiliki target market yaitu menyebaran video iklan tersebut akan di sebar luaskan kepada media sosial yang sering dijumpai masyarakat, seperti Tiktok, Instagram dan Youtube. Supaya masyarakat milenial yang belum tahu tentang isi dari Museum Soesilo Soedarman baikdari segi peninggalan sejarah, latar belakang dan apa saja peninggalannya menjadi paham dan juga menambah wawasan mereka. Maka dari itu pembuatan iklan museum soesilo soedarman yang akan dibuat menggunakan sudut pandang dari si penjagamuseum dan pengunjung museum yang ada.

4.2.1 Konsep Penyutradaraan

Dalam pembuatan video iklan ini, peneliti mengambil konsep yang memperkenalkan berbagai benda peninggalan sejarah yang ada di Museum Soesilo Soedarman. Visualisasinya didominasi oleh sinematik video seputar Museum Soesilo Soedarman, fasilitas yang ada, pelayanan dan lingkungan sekitar dengan tujuan mempromosikan Museum Soesilo Soedarman kepada penonton sehingga tertarik untuk berkunjung.

4.2.2 Konsep Naskah

Naskah merupakan bagian penting dalam pembuatan video agar nantinya ketika berada pada proses produksi dan pra produksi pembuat video memiliki acuan dalam naskah yang sudah dibuatnya dan mendapatkan hasil

yang maksimal.

Video iklan museum ini akan diawali dengan adegan dimana gedung atautempat tampak depan museum itu dibuat dengan durasi yang cukup singkat dan memperlihatkan barang - barang dan fasilitas apa saja yang masih ada di dalammuseum, (disini akan menggunakan *panning shot* untuk memperlihatkan luaran gedung dan juga isinya dan *close up* untuk barang - barang yang terpenting yang ada dimuseum) di akhir pada video iklan ini museum akan diperlihatkan dengan pengambilan komposisi yang baik sebagai penutup.

4.2.3 Konsep Sinematografi

Konsep yang digunakan dalam mendokumentasikan video iklan:

1) *Eye Level.*
2) *High Camera Angle.*
3) *Low Camera Angle.*
4) *Bird Eye View* (mata elang).

4.2.4 Konsep Artistik

- Set Artistik

  Video iklan ini mengandalkan konsep *set artistik* yang ada di lokasi, yaitu Museum Soesilo Soedarman. Tanpa adanya rekayasa benda – benda dan properti yang ada.

- Pencahayaan

  Penggunaan cahaya yang akan ada pada video iklan museum ini nantinya akan menggunakan 2 sumber cahaya yaitu cahaya alami yang berasal dari matahari dan cahaya buatan seperti *lighting.* Set pengambilan gambar dalam ruangan nantinya akan menggunakan cahaya buatan sedangkan untuk set yang dilakukan di luar ruangan akan menggunakan cahaya alami.

4.2.5 Tata Suara

Tata suara dalam pembuatan video iklan Museum Soesilo soedarman akan menggunakan musik dan *voice over* sebagai pendukung yang menceritakan latar belakang dan pengenalan barang yang ada untuk membangun suasana.

4.2.6 Konsep *Editing*

Editing adalah proses setelah produksi dilakukan yang nantinya di proses *editing* ini setiap footage dan audio yang telah direncakan akan digabung sedemikian rupa menjadi satu kesatuan yang diinginkan oleh pembuat video. Pada pembuatan video iklan museum nantinya akan menggunakan ritme editing dengan durasi tertentu dan menambahkan elemen lain untuk menjadikannya satu kesatuan. Dalam pengeditan video iklan akan dilakukan sesuai dengan konsep yang telah dibuat dan menggabungkan beberapa cara agar mendapatkan hasil maksimal

4.3 Desain Produksi

4.3.1 Ide Cerita

Ide cerita yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah membuat video yang menarik untuk menyebar luaskan Museum Soesilo Soedarman supaya banyak *audience* yang melihat dan ingin berkunjung.

4.3.2 Judul

Video iklan Museum Soesilo Soedarman sebagai media promosi wisata kota Cilacap.

4.3.3 Premis

Tujuannya dalam video iklan ini untuk menyebar luaskan Museum Soesilo Soedarman.

4.3.4 Durasi

Durasi dalam video iklan museum diperkirakan maksimal 3 menit.

4.3.5 Target Audiens

a. Demografis

Umur : 25 - 45 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

b. Geografis

Seluruh masyarakat yang ada di dalam dan luar Kabupaten Cilacap.

c. Psikografis

Secara psikografis, dapat ditentukan khususnya bagi masyarakat yang kurang paham tentang sejarah, menyukai wisata atau suka

mendokumentasikan wisata sejarah dan juga yang masuk dalam media sosial sebagai penambahan pengetahuan.

4.3.6 Teknik Penyebaran

Teknik penyebaran untuk video iklan ini pada media elektronik dan penggunaan media sosial sebagai media yang sangat disenangi oleh anak muda sehingga nantinya video iklan yang dibuat dapat menjangkau target market. Media promosi yang di gunakan Museum Soesilo Soedarman adalah Facebook.

4.3.7 Sinopsis

Kabupaten Cilacap banyak sekali memiliki wisata salah satunya wisata sejarah yang bernama Museum Soesilo Soedarman. Video iklan museum ini akan diawali dengan adegan dimana gedung atau tempat tampak depan museum itu dibuat dengan durasi yang cukup singkat dan memperlihatkan barang - barang dan fasilitas apa saja yang masih ada di dalam museum, (disini akan menggunakan panning shot untuk memperlihatkan luaran gedung dan juga isinya dan close up untuk barang – barang yang terpenting yang ada di museum) di akhir pada video iklan ini museum akan diperlihatkan dengan pengambilan komposisi yang baik dengan penambahan unsur promosi sebagai penutup.

4.3.8 Naskah

Tabel 4.1 Naskah

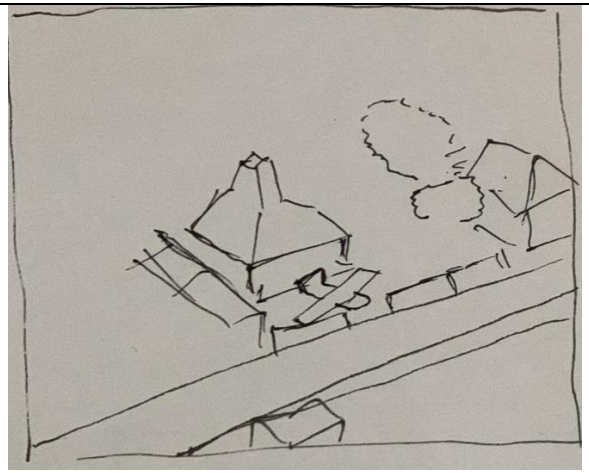
Scene	Shot	Durasi	Video	Movement	Ukuran shot	Audio
1.	1	00.00 –00.06	*Drone* Museum soesilo Soedarman.	*Drone shot*	*Extreme wide shot*	*Backsound*
	2	00.60 – 00.80	*Drone* Museum Soesilo Soedarman.	*Drone shot*	*Extreme wide shot*	*Backsound*
	3	00.80 – 00.10	Pesawat tempur	*Zoom in & panning*	*Normal*	*Backsound*
	4	00.10 – 00.12	Baling-baling pesawat tempur	*Panning*	*Close up*	*Backsound*
	5	00.12 – 00.13	*Shot* pesawat NOMAD	*Zoom in*	*Normal*	*Backsound*
	6	00.13 – 00.14	*Shot* ekor pesawat NOMAD	*Zoom in*	*Normal*	*Backsound*
	7	00.14 – 00.16	*Shot* rumah joglo	*Zoom in*	*eye level*	Museum Soesilo Soedarman
	8	00.16 – 00.21	*Drone*	*Drone shot*	*Wide shot*	Merupakan museum kebanggaan warga Cilacap khususnya di desa Gentasari
	9	00.21 – 00.23	*Drone*	*Drone shot & panning*	*Wide shot*	Di kecamatan Kroya kabupaten Cilacap
	10	00.23 – 00.24	Shot tank	*panning*	*Normal*	*Backsound*

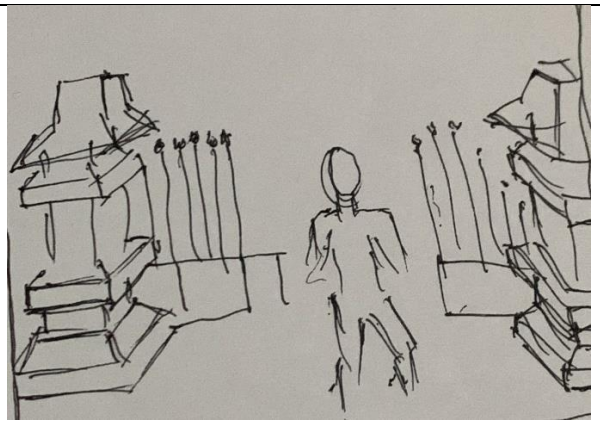
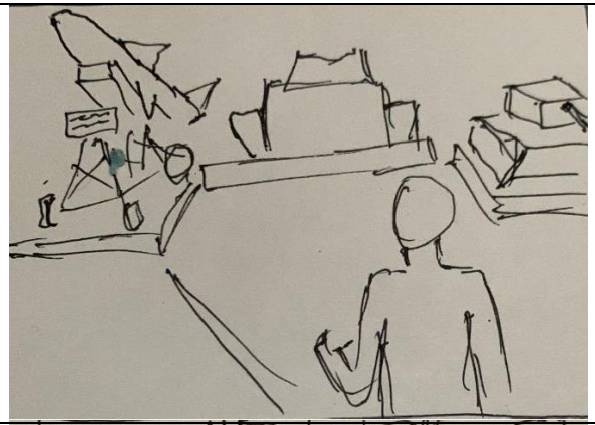
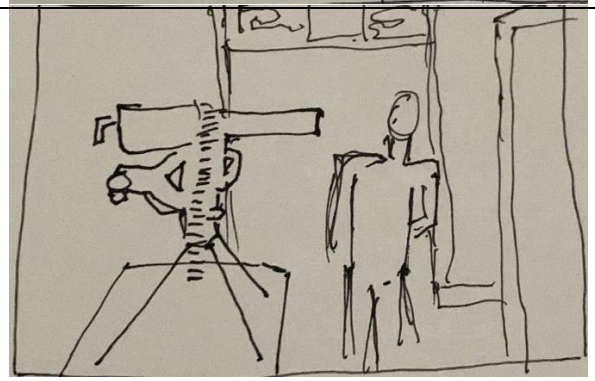
	11	00.24 – 00.26	*Shot 2 tank 1 rudal*	*Zoom in*	*Normal*	*Backsound*
	12	00.26 – 00.28	Shot pesawat NOMAD	*Zoom out*	*Close up*	*Museum ini*
	13	00.28 – 00.30	Pesawat NOMAD	*Panning*	*Normal*	Menjadi sebuah kebanggaan tersendiri bagi
	14	00.30 – 00.32	*Shot* tank	*Panning*	*Normal*	Warga sekitar karena menjadi salah satu
2.	1	00.32 – 00.34	Shot tembakan	*Dolly*	*Close up*	Tempat untuk melestarikan aset
	2	00.34 – 00.37	*Shot* lemari baju seragam	*Zoom out*	*Normal*	Peninggalan dari bapak Soesilo Soedarman
	3	00.37 -00.38	*Shot* foto – foto sejarah Soesilo Soedarman	*panning*	*Close up*	Dari kecil hingga wafat
3.	1	00.38 – 00.42	Animasi bumi dari luar angkasa	*Zoom in*	*Extreme wide shot*	Museum Soesilo Soedarman terletak di jalan
	2	00.42 – 00.45	Drone	*Drone shot & zoom out*	*Extreme wide shot*	Temu giring No 1 desa Gentasari
	3	00.45 - 0048	*Shot* tampak depan Museum Soesilo Soedarman	*Zoom out*	*Normal*	Untuk mengunjunginya kamu cukup merogoh kocek seharga
	4	00.48 – 00.52	Penghargaan – penghargaan yang pernah diterimaoleh bapak Soesilo Soedarman.	*Dolly & pannin g*	*Eye level*	Lima ribu rupiah aja, cukup murah kan?
	5	00. 52 – 00.55	*Shot* model	*Crab*	*Medium shot*	*Backsound*
	6	00.55 – 00.57	*Shot* model	*Zoom out*	*Medium shot*	*Backsound*
	7	00.57 – 01.00	*Drone*	*Drone shot & zoom out*	*Extreme wide shot*	Museum Soesilo Soedarman adalah
	8	01.00 – 01.02	Patung bapak Soesilo Soedarman	*Dolly & panning*	*Medium close up*	Peninggalan dari bapak Soesilo Soedarman
	9	01.02 – 01.06	Patung bapak Soesilo Soedarman	*Dolly & panning*	*Close up*	Yang menjabat sebagai jendral TNI pada masa pemerintahan

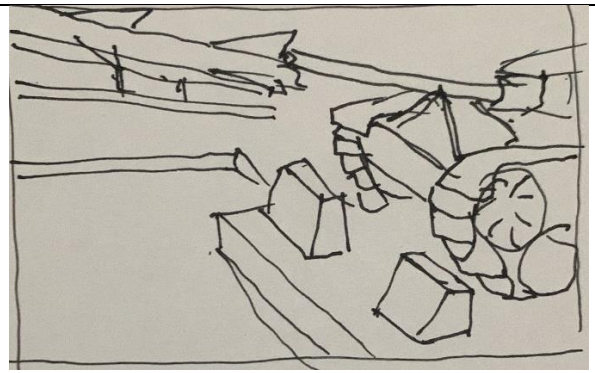
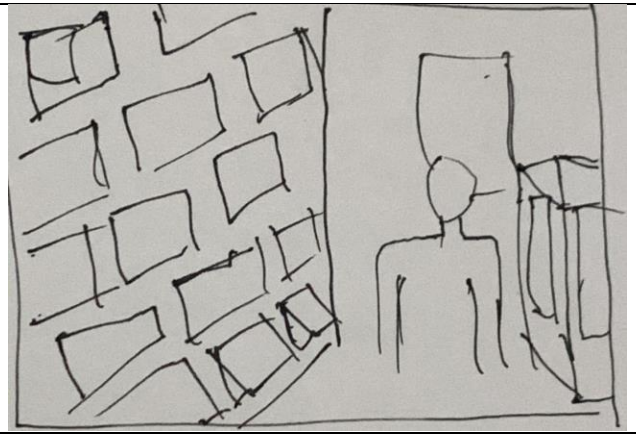
	10	01.06 – 01.08	*Shot* nama bapak Soesilo Soedraman	*Panning*	*Close up*	Presiden Suharto beliau adalah
	11	01.08 – 01.10	Shot foto – foto sejarah Soesilo Soedarman	*Panning*	*Close up*	Salah satu angkatan pertama
	12	01.10 – 01.15	Model berjalan kedalam Museum Soesilo Soedarman	*Follow & zoom out*	*Medium shot*	Sehingga kamu dapat melihat jejak sejarah hidup perjalanan seorang Soesilo Soedarman
	13	01.15 – 01.16	Model ke arah alat – alat tembak	*Zoom out*	*Medium shot*	Koleksi benda – benda
	14	01.16 – 01.19	Model melihat alat – alat tembak	*Panning & arc*	*Medium shot*	Maupun aset bersejarah yang ada di Museum ini
	15	01.19 – 01.22	Model masih melihat alat – alat tembak	*Panning & zoom in*	*Medium close up*	Ditata dengan sangat rapih dan menarik
	16	01.22 – 01.24	Melihat baju	*Dolly*	*Close up*	Mengunjungi Museum Soesilo Soedarman ini
	17	01.24 – 01.25	*Shot* baju	*Dolly*	*Close up*	Akan menambah wawasan
	18	01.25 – 01.26	*Shot* foto – foto	*Panning*	*Medium close up*	Dan pengetahuan kamu
	19	01.26 – 01.28	*Shot* foto – foto	*Dolly*	*Close up*	Terhadap artefak dan koleksi
	20	01.28 – 01.31	*Shot* mobil bapak Soesilo Soedarman	*Dolly & zoom out*	*Wide shot*	Bersejarah dari seorang jendral
	21	01.31 – 01.32	*Shot body* mobil	*Dolly & zoom out*	*Close up*	TNI militer yang pernah berjasa
	22	01.32 – 01.34	Ke arah mobil	*Still*	*Medium close up*	Untuk bangsa ini
	23	01.34 – 01.35	Memegang mobil	*Panning*	*Close up*	Sanggat menarikkan?
4.	1	01.35 – 01.37	Model keluar arah pesawat NOMAD	*Follow model*	*Wide shot*	*Backsound*
	2	01.37 – 01.39	*Shot* ke arah pesawat SAM	*Arc*	*Wide shot*	*Backsound*
	3	01.39 – 01.43	Melihat tank	*Arc*	*Medium shot*	*Backsound*
	4	01.43 – 01.49	Melihat SAM	*Arc*	*Medium & wide*	*Backsound*
	5	01.49 – 01.51	Model ke arah meriam holitzer	*Follow*	*Medium shot*	*Backsound*
	6	01.51 – 01.54	Melihat meriam holitzer	*Arc*	*Close up & medium*	*Backsound*
5.	1	01.54 – 02.00	Model berpromosi	*Follow*	*Medium*	Banyak benda – benda bersejarah yang

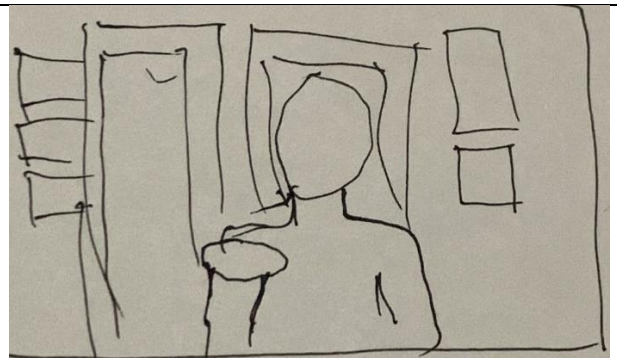
						bisa kita lihat dan pelajari disini, yuk ke Museum Soesilo Soedarman
	2	02.00 – 02.02	Model melihat isi dalam Museum Soesilo Soedarman	*Follow*	*Medium shot*	*Backsound*
	3	02.02 – 02.04	Model melihat lihat penghargaan Soesilo Soedarman	*Panning*	*Medium shot*	*Backsound*
	4	02.04 – 02.05	*Shot* ketembakan	*Dolly*	*Close up*	*Backsound*
	5	02.05 – 02.06	*Shot* masing gan	*Arc*	*Close up*	*Backsound*
	6	02.06 – 02.09	Model melihat- lihat isi Museum Soesilo Soedarman	*Follow*	*Medium shot*	*Backsound*
	7	02.09 – 02.13	*Drone* wilayah Museum Soesilo Soedarman	*Drone shot*	*Wide shot*	*Backsound*
	8	02.13 – 02.17	Tampilan logo ITTP dan DKV ITTP	-	-	*Backsound*

4.3.9 Storyboard

	Melihatkan wilayah sekitar Museum Soesilo Soedarman menggunakan drone	*Backsound*

	Model melihat bagian depan Museum Soesilo Soedarman	*Backsound*
	Ada bebrapa pesawat tempur	*Backsound*
	Model melihat isi bagian dalam Museum Soesilo Soedarman	*Backsound*

	Adanya tank dan pesawat	*Backsound*
	Memperlihatkan lemari isi tembakan	*Backsound*
	Banyaknya foto peninggalan bapak Soesilo Soedarman	Banyak sekali peninggalan sejarah dari bapak Soesilo Soedarman

	Model mempromosikan Museum Soesilo Soedarman	Banyak benda – benda bersejarah yang bisa kita lihat dan pelajari disini, yuk ke Museum Soesilo Soedarman

4.3.10 Perlengkapan Teknik

Perlengkapan untuk pembuatan video iklan museum haruslah disesuaikan dengan cerita yang sudah dibuat maka dari itu ada beberapa perlengkapan yang nantinya akan membantu dalam proses produksi, yaitu :

4.3.11 Produksi

4.3.11.1 Kamera dan Lensa

Dalam pembuatan video iklan tentunya kualitas pengambilan gambar menjadi salah satu faktor agar video iklan tersebut menarik dan dapat dinikmati oleh audience.

4.3.11.2 Tripod & Stabilizer

Tripod sangatlah dibutuhkan untuk pembuatan video iklan agar video yang dihasilkan tidak terlalu goyang dan untuk pengambilan pada studio penggunaan tripod akan sangat membantu agar video tetap stay.

4.3.11.3 Lighting

Lighting juga merupakan hal yang akan mempengaruhi dalam sebuah video, penggunaan lighting dalam pembuatan video iklan museum ditujukan untuk membuat museum menjadi makin hidup.

4.3.11.4 Microphone

Microphone yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan museum ini akan menjadi daya tarik audio yang nantinya akan disajikan.

4.3.11.5 PC Editing

PC untuk editing akan menjadi faktor lama atau efisiennya sebuah video, software untuk editing video akan menggunakan Adobe Premiere Pro, dan untuk editing poster yaitu Adobe Photoshop, serta untuk membuat lagu yaitu Adobe Audition.

4.3.11.6 Tim Produksi

Dalam pembuatan video campaign musik Tari Banyumasan ini melibatkan beberapa orang didalamnya agar video iklan yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan dan mendapatkan hasil yang maksimal:

- Sutradara: Dhiya Nida Jinan
- Produser: Dhiya Nida Jinan
- Cameraman: Cessar Rio
- Model: Anita Ayu
- Editing: Cessar Rio

4.3.11.7 Break Down Talent

Talent	Memerankan
Anita Ayu	Model

4.3.11.8 Alokasi Waktu

Kegiatan	Bulan
Perancangan Video	Juli
Persiapan Kru, Alat, Produksi, Lokasi	Agustus
Pra Produksi	Agustus
Produksi	Agustus
Pasca Produksi	Agustus

4.4 Media

4.4.1 Media Utama

4.4.1.1 Media utama pada penelitian ini adalah sosial media.

4.4.2 Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan untuk membantu audiens menuju media utama pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Poster

b. *Cover* DVD

c. Label CD

d. Leaflet

4.4.3 Penempatan Media

Publikasi media dilakukan dengan menggunakan sarana media sosial.

4.4.4 Biaya Media

4.4.1.2 Rincian Biaya

No	Kebutuhan	Biaya
1	**Model**	**70.000**
2	**Cameramen**	**400.000**
3	***Drone***	**100.00**
4	**Editing**	**300.000**
5	**Konsumsi**	**150.000**
6	**Akomodasi**	**80.000**
	Total	**1.000.000**