

Video Promosi Rumah Gadang Mande Rubiah Dalam Bentuk Audio Visual

Fitri Ramadhany^{1✉}, Muhammad Rio Akbar², Vernanda Em Afdhal³

^{1,2,3}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

fiyoraramadhan@gmail.com

Abstract

This design was designed with the aim of introducing cultural heritage located in the Lunang District, Pesisir Selatan. So that in the future more people will visit with the aim of knowing more about the history that is in it. The media used is more effective in packaging the information conveyed. Furthermore, it will be analyzed using SWOT analysis theory. This is done for a creative approach in reaching the target audience and the goals and messages contained in it can be conveyed properly and precisely. Then make the concept of strategies and creative programs that really provide solutions in solving problems in design. The design process produces a promotional video for Rumah Gadang Mande Rubiah. This promotional video is the main media that has an attractive visual element, and a visual message that contains information about the promotional video for Rumah Gadang Mande Rubiah. The results of the design can later be used by Rumah Gadang Mande Rubiah as a way to introduce it to the wider community.

Keywords: Promotion, Video, Rumah Gadang Mande Rubiah.

Abstrak

Perancangan ini dirancang dengan tujuan untuk memperkenalkan cagar budaya yang berada di Kecamatan Lunang, Pesisir Selatan. Agar kedepannya lebih banyak masyarakat yang berkunjung dengan tujuan untuk lebih mengenal lagi sejarah yang ada didalamnya. Dengan media yang digunakan lebih efektif dalam mengemas infomasi yang disampaikan. Selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan teori analisis SWOT. Hal tersebut dilakukan untuk pendekatan kreatif dalam mencapai target audience dan tujuan serta pesan yang terdapat di dalamnya bisa tersampaikan dengan baik dan tepat. Lalu membuat konsep strategi dan program kreatif sangat memberikan solusi dalam pemecahan masalah dalam perancangan. Proses perancangan menghasilkan video promosi Rumah Gadang Mande Rubiah. Video promosi ini merupakan media utama yang memiliki unsur visual yang menarik, dan pesan visual yang mengandung informasi tentang video promosi Rumah Gadang Mande Rubiah. Hasil perancangan nantinya dapat digunakan oleh Rumah Gadang Mande Rubiah sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas.

Kata Kunci : Promosi, Video, Rumah Gadang Mande Rubiah

© 2021 Judikatif

1. Pendahuluan

Indonesia mempunyai potensi besar untuk menjadi kawasan tujuan wisata dunia, karena mempunyai tiga unsur pokok yang membedakan Indonesia dengan negara lain. Hal itu merupakan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Indonesia, karena rasa keingin tahuannya. Ketiga unsur tersebut adalah masyarakat (people), alam (nature heritage) dan budaya[1].

Seluruh Provinsi di Indonesia memiliki warisan budaya, salah satunya terdapat di Sumatera Barat. Sumatera Barat terkenal dengan situs cagar budaya yang berhubungan dengan Rumah gadang. Didalamnya menyimpan berbagai jenis benda-benda peninggalan sehingga menjadi peninggalan budaya sebagai bukti adanya peradaban budaya pada masa dahulu[2]. Sumatera Barat memiliki 19 Kabupaten, salah satunya yaitu Kabupaten Pesisir Selatan.

Pesisir Selatan merupakan daerah yang sangat luas terdiri dari 15 kecamatan. Lunang merupakan salah

satu Kecamatan yang ada di Pesisir Selatan, yang letaknya berada diperbatasan antara Padang dan Bengkulu. Lunang mempunyai situs cagar budaya yang banyak menyimpan benda bersejarah pada masa dahulu. Situs cagar budaya tersebut adalah Rumah Gadang Mande Rubiah.

Rumah Gadang Mande Rubiah adalah rumah gadang yang masih bertali sejarah dengan kerajaan Pagaruyung, berawal dari hijrahnya Raja Perempuan Minangkabau yaitu Bundo Kanduang beserta keluarga dan pengikutnya sekitar tahun 1520 M dari Pagaruyung ke Tanah Menang (Nagari Lunang). Kemudian Gelar Bundo berganti menjadi Mande Rubiah. Rumah Gadang Mande Rubiah mempunyai kisah sejarah yang sangat menarik, dari kisah tersebut Rumah Gadang Mande Rubiah mempunyai ciri khas dari rumah gadang pada umumnya yang ada di Sumatra Barat yaitu tidak memiliki gonjong pada arsitektur bangunannya.

Rumah Gadang Mande Rubiah belum banyak dikunjungi oleh masyarakat luas, hanya pada saat tertentu saja masyarakat sekitar area Rumah Gadang Mande Rubiah yang mengadakan acara sesuai dengan adat istiadat masyarakat disana. Karena letaknya yang berada di daerah perbatasan dan belum banyaknya masyarakat yang mengetahui informasi yang menarik mengenai Rumah Gadang Mande Rubiah. Sangat minimnya masyarakat yang ingin ikut serta dalam melestarikan situs cagar budaya tersebut, hal tersebut terjadi karena tidak ada upaya pelestarian atau promosi yang dilakukan sehingga masyarakat tidak terbukanya minat masyarakat itu sendiri[3]. masyarakat pada hakikatnya mempunyai kewajiban yang sama, yakni melaksanakan kebijakan yang telah dimuat untuk memajukan kebudayaan secara utuh demi kemakmuran bersama[4]. Serta untuk selalu menjaga eksistensi atas cagar budaya. Yang mana bernilai guna untuk pembangunan dan pengembangan sumber daya manusia itu sendiri. Dan juga sebagai karya warisan budaya atau aktifitas manusia di masa lampau, oleh karenanya cagar budaya merupakan hal yang penting untuk tetap dan selalu untuk dipertahankan[5].

Dari fenomena tersebut maka perlunya media yang dapat memberikan informasi tentang rumah gadang mande rubiah dengan menampilkan beberapa benda-benda peninggalan dan visual yang ada di Rumah Gadang Mande Rubiah. Dengan adanya media maka dapat membantu memperkenalkan Situs Cagar Budaya Rumah Gadang Mande Rubiah dengan lebih luas. Penggunaan media sangat efektif pada masa sekarang ini, dimana masyarakat dapat dengan mudah untuk melihat banyak informasi dari media[6]. Penggunaan media merupakan upaya untuk melestarikan cagar budaya dengan cara yang lebih informatif, promotif dan efektif.

Salah satunya dengan merancang media promosi dalam bentuk audio visual sebagai media utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat umum[8]. Audio visual dianggap efektif dan efisien dalam penyampaian karena informasi tersampaikan memalui gambar, teks dan suara yang dengan mudah di diterima[9]. Dengan adanya penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk memilih media promosi dalam bentuk audio visual sebagai objek penyampaian informasi[10]. Judul yang penulis rancang yaitu "Perancangan Media Promosi Rumah Gadang Mande Rubiah Dalam Bentuk Audio Visual".

2. Metode Perancangan

2.1 Metode Pengumpulan Data

Proses penelitian ini dimulai dari proses pengumpulan data. Adapun proses tersebut dapat dijelaskan pada tahapan berikut ini[11]:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mencari data yang ada dari unit situs cagar budaya yang terkait, dan mencari beberapa referensi dari internet untuk memperkuat data yang ada serta mendatangi unit usaha terkait untuk mendapatkan data yang benar. Observasi dilakukan dengan datang langsung ke lokasi Istana Mande Rubiah.

2. Wawancara

Pada perancangan ini penulis mewawancara pihak yang paham mengenai informasi dari rumah gadang mande rubiah, Yaitu Bapak Zulrahman Selaku Sekretaris Kerapatan Adat Nagari (KAN) Lunang untuk menambah data penulisan.

3. Data Visual

Dokumentasi dilakukan dengan mengambil beberapa foto objek dengan menggunakan kamera. Gambar atau data visual pada Istana Mande Rubiah. disajikan pada Gambar.1 sampai dengan Gambar.2.



Gambar 1 : Rumah Gadang Mande Rubiah



Gambar 2 : Wawancara dengan Bapak Zulrahman (Sekretaris KAN)

2.2 Analisis S.W.O.T

1. Kekuatan (Strength)

Ada beberapa kekuatan yang ditemukan pada analisis data dari Istana Mande Rubiah ini, antara lain : Rumah Gadang Mande Rubiah yang sudah mulai dikenal oleh masyarakat kecamatan Lunang. Rumah Gadang Mande Rubiah yang mempunyai benda-benda pada masa dahulu yang menarik untuk dilihat. Rumah Gadang Mande Rubiah yang mempunyai ciri khas menarik. Rumah Gadang Mande Rubiah menjadi satu-satunya rumah gadang yang ada di Kecamatan Lunang.

2. Kelemahan (Weakness)

Ada beberapa kelemahan yang ditemukan pada analisis rumah gadang Mande Rubiah ini, antara lain : Akses Tempat yang jauh dari kota dan berada diujung Perbatasan. Kurangnya minat masyarakat terhadap pengetahuan tentang peninggalan bersejarah. Informasi mengenai Rumah Gadang Mande Rubiah belum tersebar secara luas di Sumatera Barat.

3. Peluang (Opportunity)

Ada beberapa peluang yang ditemukan dalam Perancangan media promosi Rumah Gadang Mande Rubiah dalam bentuk audio visual ini, antara lain Rumah Gadang mande rubiah menjadi lebih banyak dikunjungi masyarakat. Menambah citra yang lebih baik untuk Rumah Gadang yang ada di Kecamatan Lunang. Dengan adanya Audio visual dapat menunjang informasi lebih sampai kepada masyarakat dengan efektif dan mudah dipahami. Membantu mempromosikan Rumah Gadang Mande rubiah agar lebih banyak masyarakat yang peduli dengan sejarah dan ikut melestarikan.

4. Ancaman (Threatment)

Ancaman yang akan dihadapi dalam perancangan Rumah Gadang Mande Rubiah ini antara lain Lokasi rumah gadang mande rubiah yang jauh dari pusat kota dan berada di daerah ujung perbatasan. Masyarakat sekitar Kecamatan Lunang yang kurang berminat untuk mengenal sejarah.

2.3 Analisis AIDC

Untuk mengupas lebih dalam mengenai pemecahan masalah perancangan video promosi Rumah Gadang Mande Rubiah, maka penulis menggunakan teori AIDCA yang penjabarannya antara lain [12]:

1. Perhatian (Attention)

Video promosi merupakan salah satu proses penyampaian informasi kepada masyarakat dan juga menyampaikan sebuah ajakan, maka dari itu untuk mendapatkan perhatian masyarakat, penulis menampilkan keunikan yang terdapat pada Rumah Gadang Mande Rubiah, menampilkan sesuatu hal keunikan dan dimiliki oleh Rumah Gadang Mande Rubiah.

2. Minat (Interest)

Untuk menumbuhkan minat dari target audience maka penulis perlu memberikan sesuatu yang dapat menjadi pusat perhatian dari target audience, maka penulis menempatkan kekuatan atau kelebihan yang ada pada Rumah Gadang Mande Rubiah. Juga akan menampilkan beberapa unsur kalimat yang akan menjadi sebuah pesan serta ajakan yang dikemas dengan baik dan menarik.

3. Hasrat (Desire)

Untuk menumbuhkan hasrat target audience terhadap Rumah Gadang Mande Rubiah, maka penulis menggabungkan semua unsur yang ada pada video dengan didukung adanya pesan yang memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam melestarikan cagar budaya. Pesan yang disampaikan dengan baik secara lisan dan tulisan diharapkan dapat tersampaikan dengan baik pula kepada Masyarakat.

4. Keyakinan (Conviction)

Pada tahap ini dimana target audience sudah mulai tertarik terhadap video promosi yang ditampilkan, maka penulis berusaha untuk membuat video promosi dengan semenarik mungkin dengan unsur dari video, suara, serta kalimat atau pesan yang disampaikan semuanya disusun dengan seimbang, sehingga memberikan keyakinan yang kuat pada diri target audience.

5. Tindakan (Action)

Setelah pesan diterima oleh komunikasi atau diterima oleh atrengt audience maka akan memberikan umpan balik dari target audience yang pada akhirnya membuat target audience ingin berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Konsep Verbal

Dalam perancangan video promosi Rumah Gadang Mande Rubiah dalam bentuk audio visual, yang berada di Kabupaten Pesisir Selatan, Kecamatan Lunang, Nagari Lunang, mampu memberikan pesan serta kesan yang baik kepada masyarakat. Dan juga bisa menjadi media yang dapat mempromosikan atau memperkenalkan Rumah Gadang Mande Rubiah itu sendiri. Dalam video nantinya akan menampilkan lokasi dari keberadaan Rumah Gadang Mande Rubiah, lalu isi dalam video berupa informasi tentang Rumah Gadang Mande Rubiah yang sangat kental dengan kesan sejarahnya sehingga sangat menarik untuk diketahui. Dengan hal itu juga dapat terlihat kelebihan yang terdapat di Rumah Gadang Mande Rubiah yang akan membuat target audience tertarik untuk berkunjung ditambah dengan suasana Rumah Gadang yang asri, dan juga nyaman.

Rumah Gadang Mande Rubiah yang mempunyai nilai sejarah yang tinggi terlihat dari peninggalan yang tersimpang didalamnya, diaman terdapat ilmu sejarah yang patut untuk diekatahui sebagai generasi yang ada sekarang. Dengan hal itu video yang disajikan dibuat dengan sebaik mungkin dan juga mudah dipahami oleh target audience.

Untuk menambah kesan menarik dalam video promosi ini maka perancangan menambahkan seorang talent. Dimana talent ini akan memberikan kesan yang baik untuk Rumah Gadang Mande Rubiah. Dengan adanya

hal ini dapat membuat masyarakat lebih mengenal tentang Rumah Gadang Mande Rubiah.

Selain hal itu pada perancangan video juga akan ditambahkan dengan adanya headline, tagline dan juga subheadline yang dimana unutk memberikan sebuah pesan dan ajakan kepada masyarakat untuk ikut dalam mengenal serta melestarikan situs budaya salah satunya adalah Rumah Gadang Mande Rubiah. Kalimat yang digunakan adalah kalimat yang dapat membangun dan tentunya tidak menghilangkan identitas dari Rumah Gadang itu sendiri.

2. Konsep Visual

Konsep visual Dalam pembuatan video promosi Rumah gadang Mande Rubiah ada beberapa unsur yang digunakan, yaitu suasana Rumah gadang, bagian-bagian dari kawasan rumah gadang dan benda-benda yang tersimpan didalamnya. Untuk memberikan informasi dan juga saound sebagai pengiring dari visual video nantinya. Yang semuanya itu akan digabungkan sehingga menciptakan satu kesatuan yang utuh dan juga baru, sehingga tidak kaku dan yang terpenting dapat dipahami oleh target audience. Pada video ini target akan diajak untuk mengetahui dimana daerah Rumah Gadang, dan juga akan dibawa untuk mengetahui informasi yang ada didalamnya, nantinya juga akan di bawa untuk melihat benda-benda yang tersimpan dengan dibantu adanya talent untuk menambahkan kesan yang baik dan menarik[13].

Media utama dalam pembuatannya berupa visualisasi dari rumah gadang mande Rubiah secara keseluruhan, yang didalamnya akan mengajak audience dapat merasakan suasana sejarah yang terdapat pada rumah gadang Mande Rubiah. Pada video yang ditampilkan terfokuskan pada tempat-tempat yang biasa dikunjungi, benda-benda bersejarah yang tersimpan didalam Rumah gadang Mande Rubiah, dan suasana nuansa sejarah yang dapat dinikmati pada Rumah Gadang Mande Rubiah. Pengambilan video promosi akan mengambil tempat-tempat yang menarik pada Rumah gadang Mnade Rubiah diantaranya, bagian halaman depan Rumah gadang, bagian dalam, ruang tengah, serta ruang bagian belakang, bagian samping rumah gadang, serta benda-benda dan senjata bersejarah yang tersimpan didalamnya.

Dalam penerapannya pada media pendukung nantinya akan mengutamakan pada keserasian, serta keseimbangan yang artinya bagaimana menyusun teks, kalimat, gambar, pada media pendukung mengacu kepada prinsip-prinsip dan unsur-unsur desain[14]. Komposisi yang seimbang baik dalam menentukan letak teks, kalimat, dan gambar serta warna yang digunakan juga akan menggunakan sesuai dengan warna yang identik pada Rumah gadang tersebut.

3. Media

Pembuatan media utama dalam perancangan video promosi Rumah Gadang Mande Rubiah ini melalui beberapa proses rancangan agar hasil yang diciptakan dapat disajikan dengan lebih baik disajikan pada Tabel.1.

Tabel 1. Tahap Pra produksi

Judul Program	Perancangan Media Promosi	Rumah Gadang Mande Rubiah dalam Bentuk Audio Visual
Tujuan	Mempromosikan Cagar Budaya Rumah Gadang Mande Rubiah	
Pokok Bahasan	Video Promosi Rumah Gadang Mande Rubiah	
Target Audience	Anak-anak, Remaja, Dewasa samapai dengan orang tua	

Penentuan lokasi sangatlah penting dalam merancang sebuah video, untuk mendapatkan sisi keindahan serta keseimbangan agar pesan dan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik disajikan pada Tabel.2.

Tabel 2 : Storyline

No	Deskripsi Storyline (2)	CA	Durasi
1	Mempelihatkan Kantor Camat Lunang	MU	5"
2	Perjalanan menuju Rumah Gadang Mande Rubiah	MCU	5"
3	Gapura Rumah Gadang Mande Rubiah	LU	3"
4	Memperlihatkan Rumah Gadang Mande Rubiah dari balik dedaunan	LU	5"
5	Rumah Gdang Mande Rubiah tampak dari depan	MU	6"
6	Plang Nama Rumah Gadang Mande Rubiah	CU	3"
7	Pintu Depan Rumah Gadang Mande Rubiah	MCU	10"
8	Tangga masuk kedalam Rumah Gadang Mande Rubiah	MCU	4"
9	Talent menaiki tangga tampak dari samping	MCU	5"
10	Foto dari Mande Rubiah	MCU	4"
11	Koleksi yang ada dirumah Gadang Mande Rubiah	MCU	15"
12	Takent melihat-lihat koleksi	CU	5"
13	Memperlihatkan keseluruhan koleksi yang ada di Rumah gadang mande Rubiah	MCU	40"
14	Talent berada di jendela sambil melihat sekitar	MCU	4"
15	Rumah Gadang Mande Rubiah tampak dari samping luar	MCU	5"
16	Talnet Berada halaman depan Rumah Gadang mande Rubiah sambil lihat-lihat sekitar	MU	12"
!7	Memperlihatkan halaman Rumah gadang mande rubiah Secara Keseluruhan	MCU	12"

4. Tahap Produksi

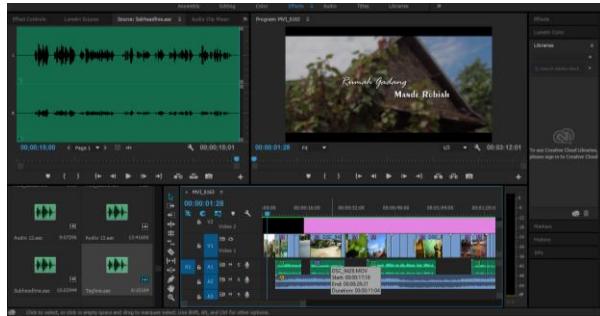
Proses tahap produksi video promosi Rumah Gadang Mande Rubiah yang dilakukan di beberapa tempat : disajikan pada gambar 3.



Gambar. 3 Proses Take Video Bagian Ruang Tengah

5. Editing

Merupakan tahapan dimana sebuah hasil video yang didapatkan akan digabungkan dalam satu video dengan dirungi oleh musik pendukung dan nantinya akan menjadi video yang utuh. Disajikan pada gambar 4



Gambar 4 : Penyusunan gambar

6. Final Media Utama

Final media utama ini sudah memalui perancangan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan dapat diterima dengan baik oleh taget sasaran.



Gambar 5 : Final Video

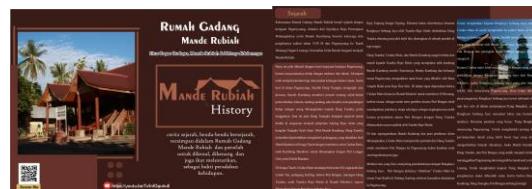
Final Desain Perancangan Video Promosi Rumah Gadang Mande Rubiah dalam Bentuk Audio Visual dapat disajikan pada Gambar.6,7,8,9,10 & 11.



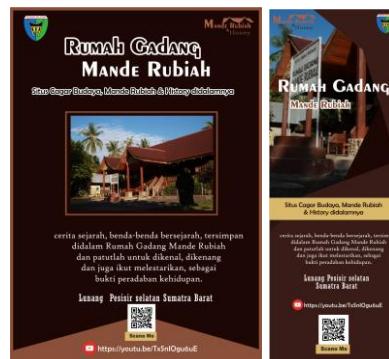
Gambar. 6 Screenshot



Gambar. 7 Spanduk



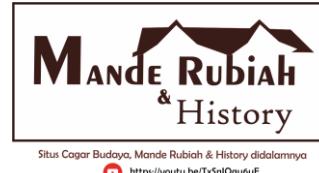
Gambar. 8 Leaflet



Gambar. 9 Poster X-Banner dan Tote Bag



Gambar. 10 Shirt (Baju) dan Gantungan Kunci



Gambar. 11 Sticker

7. Kesimpulan

Melalui perancangan Video promosi Rumah Gadang Mande Rubiah ini, penulis banyak mendapatkan ilmu serta pengalaman yang baru, tentang bagaimana untuk memciptakan sebuah video promosi yang memberika kesan menarik untuk digunakan dalam memperkenalkan sebuah peninggalan budaya sehingga dapat diterima oleh target audience dan harapannya memberikan sebuah kesan yang positif. Media promosi ini dirancangan dengan elegan dan tidak berlebihan dengan tujuan ingin mempertahankan nuansa budaya dan sejarahnya sehingga sesuai dengan konsep yang telah dirancang oleh perancang. Yang perhatikan dalam perancangan ini adalah membuat media promosi yang Efektif dan komunikatif. Sehingga target audience mampu merasakan kesan sejarah dan menumbuhkan rasa ingin tahu mengenai Rumah Gadang Mande Rubiah, agar semakin banyak masyarakat yang ingin mengetahui sejarah dan ikut melestarikanya.

Daftar Rujukan

- [1]]Anggaraini, Lisa. (2014). Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung: Nuansa
- [2] Daryanto, Drs. (2014). Teori Komunikasi. Malang.Penerbit Gunung Samudera.
- [3] Daud, Denny.(2013). Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan
- [4] Mohamadi, Loekman.(2020). Mengenal Elemen dalam Perancangan Tata Ruang Dalam.Semarang: Yayasan Kita Menulis.
- [5] Mulyono, Steven.,et al. Prancangan Video Tutorial Audio Dalam Mata Kuliah Audio Visual.Surabaya.Universitas Kristen Petra.
- [6] Ofinda.,M.Harry.(2015).Perancangan Promosi Lalito Coffe Melalui Media Iklan TV.Padang
- [7] Oktavia, Fenny, (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi
- [8] Persada, Muhamad Etzha Putra, (2015). Upaya Pendidikan Desain Komunikasi Visual Modern. Yogyakarta.
- [9] Purwono, Joni., et al.(2014).Penggunaan Media Audio –Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu
- [10] Putra, Ricky., W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam penerapan. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [11] Sachari, A., Sunarya, Yan Yan. (2000). Pengantar Tinjauan Desain. Bandung. ITB.
- [12] Sarwono, Jonathan, Lubis, Hary. (2007). Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi
- [13] Tinarbuko, Sumbo. (2015). DEKAVE: Jalasutra
- [14] Yaumi, Muhammad. (2018). Media & Teknologi Pembelajaran. Jakarta: Prenadamedia Group