

PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DESA BEJIJONG KECAMATAN TROWULAN GUNA MENINGKATKAN BRAND RECALL

Moch Calvin Afrisal ¹⁾ Dhika Yuan Yurisma ²⁾ Setya Putri Erdiana ³⁾

Program Studi/Jurusan Desain Komunikasi Visual
Universitas Dinamika

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)19420100066@dinamika.ac.id, 2) Dhika@dinamika.ac.id, 3)tya@dinamika.ac.id

Abstrak: Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki beragam macam budaya dan sejarah dikarenakan Indonesia merupakan negara yang pada zaman dahulu kala merupakan susunan dari beberapa kerajaan yang ada dari sabang hingga merauke. Budaya yang telah ditinggalkan tersebut memiliki nilai sejarah dan historisitasnya sendiri yang membuat para peneliti hingga pelajar dari berbagai negara menjadi tertarik mempelajari sejarah tersebut, seperti peninggalan candi, potensi alam, hingga makanan. Salah satu lokasi bersejarah yang cukup dikenal oleh masyarakat ialah ada di kota Mojokerto tepatnya di desa Bejjong. Pada desa ini pemerintah melakukan rebranding agar pada pemuda di desa ini bisa melestarikan budaya yang ada yakni budaya dari kerajaan Majapahit. Majapahit sendiri merupakan kerajaan yang pada masa itu merupakan kerajaan yang sangat besar hampir seluruh wilayah Indonesia merupakan bagian dari kerajaan Majapahit. Pada zaman modern sekarang video merupakan salah satu media yang dinilai sangat fleksible dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas agar bisa menarik minat masyarakat untuk membantu melestarikan budaya ini. Dengan adanya video dari desa peninggalan Majapahit diharapkan para pemuda bisa membantu untuk melestarikan budaya dan peninggalan Majapahit ini.

Kata kunci: video, Majapahit, Budaya

PENDAHULUAN

Latar belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan ragam budaya dan sejarah yang tersebar di berbagai daerah. Salah satu contohnya adalah Trowulan, sebuah kecamatan di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Trowulan merupakan situs bersejarah yang menjadi peninggalan Kerajaan Majapahit, salah satu kerajaan yang hampir menguasai seluruh wilayah Nusantara pada masa kejayaannya. Selama pemerintahannya, Kerajaan Majapahit mengalami masa keemasan pada abad ke-14, namun mengalami kemunduran pada abad ke-16.

Trowulan, yang menjadi pusat Kerajaan Majapahit, memiliki banyak peninggalan budaya yang kaya, termasuk candi, artefak, batu, perhiasan, dan karya seni seperti patung, terakota, dan kerajinan logam untuk peralatan rumah tangga. Peninggalan ini menjadi saksi bisu dari kejayaan masa lalu dan dianggap sebagai warisan budaya yang penting bagi Indonesia. Sebagian besar peninggalan ini masih utuh dan dijaga sebagai cagar budaya oleh pemerintah Kabupaten Mojokerto.

Pada tahun 2009, Trowulan diakui sebagai kawasan situs purbakala oleh UNESCO, yang merupakan pengakuan internasional terhadap keberadaan dan pentingnya situs sejarah ini. Selain itu, Trowulan juga memiliki beberapa desa, salah satunya adalah Desa Bejjong. Desa Bejjong telah diresmikan sebagai Desa Wisata pada awal tahun 2021 setelah melalui proses pelegalisasian sejak 2011. Pelegalisasian tersebut ditandai dengan penandatanganan oleh Menteri Pariwisata Indonesia saat itu, yaitu Bapak Sandiaga Uno.

Desa Bejjong memiliki banyak kearifan lokal dan situs budaya yang menarik bagi wisatawan. Salah satu peninggalan budaya yang masih ada hingga saat ini adalah kerajinan kuningan. Menurut Mbah Bambang, seorang pengrajin kuningan di Desa Bejjong, kearifan lokal dalam pembuatan kerajinan kuningan ini sudah ada sejak 30 tahun yang lalu dan telah diturunkan dari generasi ke generasi. Proses pembuatan kerajinan kuningan ini membutuhkan waktu sekitar 2 hari tergantung permintaan konsumen.

Selain kerajinan kuningan, Desa Bejjong juga terkenal dengan batiknya. Batik

Bejjong memiliki corak dan motif khas yang terinspirasi oleh Kerajaan Majapahit. Namun, peminat batik Bejjong belum sebanyak peminat kerajinan kuningan, mungkin karena pengrajin batik lebih terfokus pada satu wilayah, berbeda dengan pengrajin kuningan yang lebih tersebar di seluruh Desa Bejjong.

Desa Bejjong juga memiliki situs-situs bersejarah yang menjadi bagian dari branding desa tersebut. Salah satunya adalah Candi Brahu, yang mulai dipugar pada tahun 1990 dan selesai pada tahun 1995. Menurut masyarakat setempat, terdapat beberapa candi lain di sekitar Candi Brahu, seperti Candi Muteran, Candi Gedong, Candi Tengah, dan Candi Gentong, meskipun sekarang sudah tidak terlihat lagi.

Untuk mempromosikan kearifan lokal dan budaya Desa Bejjong, pemerintah desa melakukan branding pada tahun 2020. Namun, branding tersebut terkendala oleh pandemi COVID-19 yang mengakibatkan pembatasan pergerakan dan penurunan jumlah wisatawan. Dalam rangka meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kearifan lokal dan budaya Desa Bejjong, diperlukan brand recall yang efektif

Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan menggunakan video promosi. Video promosi memberikan informasi kepada masyarakat tentang adanya acara atau kegiatan yang telah terjadi, dan dapat diakses ulang secara online. Video dokumentasi juga dapat dijadikan media promosi dengan mengunggahnya di media sosial dan internet. Melalui kombinasi visual dan audio dalam video, masyarakat akan lebih tertarik dan terpanggil untuk merasakan kondisi dan kegiatan yang ada di Desa Bejjong. Dengan menggunakan media ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami dan mengenal isi dari Desa Bejjong serta meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut.

Secara keseluruhan, Desa Bejjong memiliki potensi besar dalam bidang kearifan lokal, situs budaya, kerajinan kuningan, batik, dan kesenian tari. Meskipun telah dilakukan branding sebelumnya, terdapat kekurangan dalam penyebaran informasi dan pemahaman tentang Desa Bejjong, yang perlu diperbaiki melalui strategi brand recall seperti video promosi. Dengan demikian, diharapkan kearifan lokal dan budaya yang ada di Desa Bejjong dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mengundang minat wisatawan untuk mengunjungi dan mengapresiasi warisan budaya yang luar biasa ini.

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena fokusnya adalah untuk memahami dan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang kearifan lokal, budaya, dan peninggalan sejarah di Desa Bejjong. Metode kualitatif lebih cocok digunakan ketika peneliti ingin menjelajahi aspek-aspek yang kompleks dan mendalam, seperti makna, interpretasi, dan pengalaman subjektif yang terkait dengan fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang lebih mendalam melalui wawancara dengan narasumber seperti kepala desa, pengrajin kuningan, dan masyarakat sekitar. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih kaya tentang pandangan, pengalaman, dan perspektif para narasumber terkait dengan kearifan lokal, peninggalan sejarah, dan budaya Desa Bejjong.

Selain itu, metode kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial, budaya, dan sejarah yang melingkupi fenomena yang diteliti. Dalam hal ini, penelitian ini melibatkan pemahaman tentang sejarah Kerajaan Majapahit dan pengaruhnya terhadap kearifan lokal dan budaya Desa Bejjong. Metode kualitatif dapat membantu peneliti dalam menggali informasi yang tidak hanya tentang apa yang terjadi, tetapi juga mengapa dan bagaimana hal tersebut terjadi.

Selain itu, metode kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk melibatkan partisipasi langsung dalam pengumpulan data, seperti pengamatan langsung terhadap kegiatan kesenian tari di balai desa. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konteks, interaksi, dan nuansa yang terkait dengan budaya dan kearifan lokal yang ada di Desa Bejjong.

Secara keseluruhan, dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang kearifan lokal, peninggalan sejarah, dan budaya Desa Bejjong.

HASIL ANALISIS DATA

1. Pengumpulan data
 - a. Observasi

Desa Bejjong merupakan wilayah yang kaya potensi wisata, terutama dalam hal peninggalan sejarah seperti patung Budha Tidur dari era Kerajaan Majapahit. Patung tersebut terbuat dari kuningan asli dan

memiliki nilai seni yang tinggi. Selain itu, desa ini juga terkenal dengan kerajinan tangan dari kuningan yang dibuat dengan teliti oleh para pengrajin lokal. Masyarakat desa Bejjong sangat ramah dan terbuka dalam berinteraksi, sehingga peneliti mendapatkan data yang maksimal selama observasi. Keberadaan patung Budha Tidur dan kerajinan kuningan menjadi daya tarik utama desa ini, yang menunjukkan kekayaan budaya dan sejarah yang masih dilestarikan di sana.

b. Wawancara

Pak pradana selaku kepala desa bejjong menerangkan bahwasanya desa bejjong memiliki banyak potensi wisata seperti candi, pengerajin, serta adat istiadat dari desa tersebut. Salah satu ikon dari desa ini ialah destinasi wisata budha tidur. Budha tidur sendiri merupakan sebuah patung yang terbuat dari kuningan yang dipahat oleh pemahat kuningan khas Mojokerto yang sudah berdiri sejak lama. Pak pradana juga mengatakan bahwa di bejjong sedang melakukan sebuah rebranding ulang, berharap desa ini bisa dikenal lebih luas oleh masyarakat Indonesia.

Ning Suryanti yang merupakan salah satu staff dari Badan Pelestarian Cagar Budaya Mojokerto mengatakan bahwa desa bejjong memiliki banyak candi serta makanan khas yaitu centini. Centini sendiri merupakan makanan yang berasal dari perut sapi yaitu "babat". Centini sebenarnya adalah sebuah cerita yang menceritakan tentang perjalanan seseorang yang berkeliling sambil menulis kisahnya di sebuah buku, seperti halnya sebuah buku catatan. Bu ning juga mengatakan bahwa di bejjong ada sebuah sanggar tari yang bernama "Bagaskara" yang terletak dekat dengan kantor kepala desa bejjong.

Bejjong juga terkenal akan pengerajin kuningan diatas merupakan disaat peneliti melakukan wawancara dengan salah satu pengerajin kuningan yang ada di desa bejjong kabupaten Mojokerto. Pak bambang Endrayana menjadi narasumber peneliti dalam mencapai tujuan penelitian ini, pak bambang dan sekeluarga merupakan pengerajin kuningan yang sudah turun temurun sejak tahun 90an dahulu awalnya pak bambang pernah bekerja disurabaya tetapi karirnya kala itu kurang baik sehingga pak bambang memutuskan untuk pindah ke Mojokerto yaitu di desa bejjong. Pak

bambang akhirnya membuka sebuah peluang usaha yang dimana waktu itu kuningan cukup ramai digemari dan juga kuningan menarik pak bambang dalam mengkreasikan idenya. Menurut pak bambang kerajinan kuningan di Mojokerto ini sangatlah menarik dimana kuningan disini mempunyai unsur dari kerajaan Majapahit yang merupakan kerajaan yang menduduki desa itu dahulu kala, oleh karena itu pak bambang sering dimintai tolong untuk membantu desa melalui kerajinan kuningan agar para wisatawan tertarik datang ke desa bejjong ini. Pak bambang sendiri memiliki anak 1 sekarang dimana anak tersebut juga berprofesi menjadi pengerajin untuk meneruskan pekerjaan dari orangtuanya.

Sri Mujianti merupakan seorang pembatik yang berasal dari desa bejjong kabupaten Mojokerto, bu Sri sendiri memiliki toko batik yang dikelola oleh beliau yang bernama batik cempaka. Bu Sri sudah berada pada bidang batik semenjak tahun 2011. Awal mula sebelum bu Sri terjun ke bidang batik bu Sri merupakan seorang penjahit rumahan yang menggemari jenis-jenis kain, bu Sri sendiri juga mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh desa bejjong sehingga bu Sri berani terjun ke bidang batik ini. Dikarenakan banyaknya peminat juga menjadi salah satu faktor bu Sri ini menggeluti bidang batik bejjong ini. Bu Sri sendiri merupakan penduduk asli Mojokerto sehingga bu Sri sangat mengenal bagaimana pola yang ada di batik yang beliau buat. Motif Mojokerto sendiri dinamakan oleh "Surya Majapahit"

Tari bejjong sendiri sudah ada sejak tahun 2012 yang dimana kala itu berlokasi di sanggar budaya bejjong. Bu Dewi Widiyanti selaku penanggung jawab serta pelatih dari sanggar tari tersebut mengatakan bahwa seni dalam tari ini menganut literatur dari kerajaan Majapahit serta candi-candi pada zaman dahulu, bu Dewi juga mengatakan tari bejjong ini diadakan ketika ada acara besar serta untuk penyambutan tamu yang datang ke desa bejjong. Bu Dewi sendiri sudah menggeluti tari sejak kecil dikarenakan beliau memang mempunyai keluarga yang berprofesi di bidang tersebut. Bu Dewi sendiri juga mengatakan pada desa bejjong ini seni tari digemari oleh anak SMP hingga SMA tetapi masyarakat umum juga boleh ikut jika berkeinginan. Seni tari ini pada keadaan covid lalu sangatlah berdampak sehingga kala itu

sempat libur dikarenakan covid tetapi bu dewi tetap memberanikan diri dan melaksanakan latihan tari yang mana di laksanakan diluar ruangan.

Dari hasil wawancara dengan juru kunci makam raden wijaya, makam ini sudah ada sejak tahun 2000 tetapi kala itu makam ini masih berupa bebatuan yang orang tidak tahu kalau itu makam lalu seiring berjalannya waktu makam ini mulai dibangun oleh pihak desa bejjong sehingga menyerupai makam asli. Konon katanya pada makam ini jika pohon di tengah tengah nya roboh maka itu bisa menjadi suatu bencana dari majapahit. makam ini juga sering dijadikan tempat untuk meminta sesuatu dikarenakan makam ini mempunyai energi yang kuat sehingga bisa menarik hal-hal diluar pengetahuan manusia. Juru kunci makam ini juga menyebutkan bahwasanya makam ini sangatlah sakral dikarenakan yang ada didalam sana merupakan pimpinan dari kerajaan majapahit pada masa lampau.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada proses atau hasil pengambilan gambar, video, atau catatan tertulis yang digunakan untuk merekam atau mengabadikan suatu peristiwa, objek, atau informasi. Dokumentasi sering dilakukan untuk tujuan penyimpanan, pengarsipan, pemeliharaan catatan, dan penggunaan ulang di masa mendatang. Dokumentasi dapat berupa foto, video, audio, atau teks yang mencatat secara akurat detail atau informasi yang relevan tentang suatu subjek atau kegiatan. Dalam konteks promosi wisata, dokumentasi dapat digunakan untuk membuat materi promosi, seperti video promosi, brosur, atau situs web, yang menggambarkan keindahan, daya tarik, dan pengalaman yang ditawarkan oleh suatu tempat wisata.

2. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah metode pencarian dan penataan catatan observasi, wawancara yang telah dilakukan secara tersusun dengan fakta yang telah dikumpulkan dilapangan untuk meningkatkan pemahaman mengenai kasus yang di angkat sebagai topik penelitian dan membuat kesimpulan dari data yang telah diperoleh (Prasetyo 2014). Analisis data terdapat tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan tahap dimana data yang sudah didapatkan dari penelitian di lapangan dikelompokkan sehingga

menemukan data yang diinginkan untuk penelitian. Dalam hal ini reduksi data juga dijuluki penyeleksian data.

b. Penyajian data

Dalam penyajian data, data yang sudah diseleksi akan disajikan kedalam laporan berupa pernyataan maupun diagram yang sesuai dengan fakta yang didapat dilapangan. Dalam penyajian data, data-data yang sudah didapat di perinci sehingga menjadi data yang sesuai dengan alur laporan.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam teknik analisis data. Penarikan kesimpulan merupakan tahap dimana peneliti menyimpulkan sesuatu dari data yang sudah didapat. Dalam hal ini penarikan kesimpulan dalam penelitian ini merupakan video merupakan media yang sangat cocok dalam menyebarkan informasi yang terdapat di desa bejjong.

HASIL PEMBAHASAN

Konsep dan Keyword Segmentasi, Targeting, Positioning

1. Segmentasi

a. Geografis

Negara	: Indonesia
Teritorial	: Jawa Timur
Kabupaten	: Mojokerto
Kecamatan	: Trowulan
Wilayah	: Pedesaan

b. Demografis

Usia	: 12 – 19 tahun
Jenis Kelamin	: Laki Laki dan Perempuan
Profesi	: Pelajar, Mahasiswa, Pekerja, Peneliti
Pengunjung	: Individu, Keluarga, Rombongan

c. Psikografis

Sejarawan	
Penyuka Wisata Religi	
Mengedukasi	

2. Targeting

Berdasarkan segmentasi pasar yang sudah peneliti paparkan diatas, Maka target dari perancangan Videografi Desa bejjong ialah masyarakat pada umur 12-30 tahun yang memiliki profesi sebagai Pelajar, Mahasiswa, Wirausaha, dan Peneliti yang memiliki

ketertarikan terhadap budaya maupun wisata religi yang ada di desa bejjong. Kemudian pengunjung biasa yang berupa individual, keluarga dan rombongan.

3. Potitioning

Positioning pada perancangan videografi desa bejjong adalah sebagai desa wisata yang memiliki kearifan lokal dan budaya dari zaman majapahit yang dimana diantaranya ada patung budha tidur, tempat wisata religi, serta ada juga makanan khas yang berasal dari desa bejjong yaitu centini, dan ada juga kerajinan lokal dari desa ini yang berupa cor kuning dan batik yang mana nanti akan bermanfaat untuk mengedukasi masyarakat luas dan lebih melestarikan budaya ini.

Unique Selling Preposition (USP)

Unique selling position dalam perancangan videografi tentang desa bejjong ini meliputi tentang wisata religius serta budaya dan kearifan lokal yang berasal dari budaya majapahit. Desa bejjong juga memiliki keunikan lain dimana pada bangunan di desa ini menganut corak dari kerajaan majapahit dimasa lampau serta pada desa ini terdapat wisata religi yang berdekatan dengan destinasi wisata budha tidur. Faktor pendukung dari perancangan ini ialah menggunakan warna *earth tone* pada perancangan video ini sehingga memasukan nuansa masalah dari kerajaan majapahit serta desa bejjong.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Tabel 4.1 SWOT

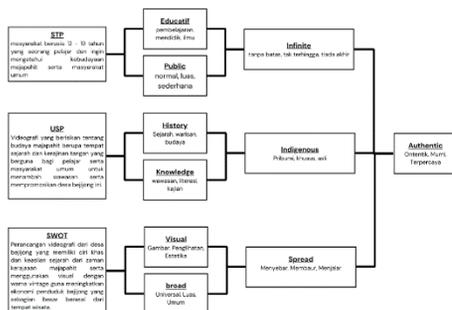
	<u>STRENGTH (S)</u>	<u>WEAKNESS (W)</u>
	Memiliki banyak Destinasi wisata pada desa bejjong.	Kurang berhasilnya branding yang telah dilakukan pada desa bejjong pada tahun 2021
	Rute menuju destinasi wisata pada desa bejjong sudah bagus	Masyarakat umum masi belum paham betul tentang desa bejjong
	Nuansa majapahit yang sangat	

	<p>kental yang ada di desa bejjong</p> <p>Komoditas penunjang wisata untuk desa bejjong yaitu batik dan cor kuningan</p> <p>Terdapat homestay yang bisa digunakan wisatawan untuk beristirahat</p>	<p>Kurangnya pemerataan untuk pengerajin serta budaya yang ada di desa bejjong</p>
<p><u>OPPORTUNITY (O)</u></p> <p>Lokasi wisata yang mudah diakses dikarenakan dekat dengan jalan besar</p> <p>Kondisi wisata yang berangsur angsur normal yang sebelumnya disebabkan oleh covid 19</p> <p>Pemerintahan daerah yang sadar akan potensi wisata yang dimiliki</p>	<p><u>S-O</u></p> <p>Dengan kondisi desa bejjong yang sekarang setelah terjadinya covid 19 yang mana kala itu semua wisata ditutup sehingga mengakibatkan kurangnya pengunjung dan untuk sekarang yang sudah mulai membaik serta komoditas akses yang baik serta ragam wisata yang banyak membuat desa bejjong bisa</p>	<p><u>W-O</u></p> <p>Melakukan rebranding ulang pada desa bejjong yang merupakan program dari kepala desa agar desa ini bisa lebih maju dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas melalui perancangan videografi desa bejjong.</p>

	bangkit dengan dibantu melalui perancangan videografi pada desa bejjong	
THREATS (T) Kondisi wisatawan yang masih tidak menentu dikarenakan covid 19 Kurangnya penyebaran informasi tentang wisata yang ada di bejjong ke masyarakat luas	S-T Visualisasi pada perancangan video desa bejjong ini harus menggunakan elemen visual yang sesuai dengan lokasi dan kondisi pada desa bejjong agar menarik perhatian masyarakat.	W-T Menggunakan media digital yang fleksibel bisa menunjang potensi wisata yang ada di desa bejjong, serta mudah di akses masyarakat luas agar memberi informasi yang menyeluruh terhadap destinasi wisata di bejjong
Strategi Utama : Merancang videografi terhadap desa bejjong sebagai upaya menarik pengunjung agar lebih mengetahui apa saja yang ada di desa bejjong serta melestarikan keindahan budaya majapahit dan kearifan lokal yang ada di desa bejjong		

Analisis Key Communication Message

Tabel 4.2 Analisis Key Communication Message



Deskripsi Konsep

Dari *keyword* yang sudah dirancang diatas konsep yang didapat untung perancangan video promosi ini ialah *Authentic*. *Authentic* merupakan *keyword* yang merupakan kata kunci yang mewakili dari *Keyword communication message* yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur, yang dijadikan sebagai strategi utama.

Pengertian dari *Authentic* ialah otentik, murni, original. Hal tersebut berujung kepada keaslian dari peninggalan budaya dan sejarah dari majapahit yang ada di desa bejjong.

Konsep Perancangan Karya

Perancangan video promosi desa bejjong sebagai upaya meningkatkan Brand recall bertujuan agar melestarikan kebudayaan majapahit yang ada di desa bejjong serta sebagai edukasi berupa nilai sejarah sehingga desa bejjong bisa semakin dikenal sebagai desa wisata dari peninggalan majapahit. Untuk itu proses perancangan dibuat berdasarkan dari proses pengelolaan STP, USP, dan SWOT. Yang diharapkan bisa menyampaikan pesan kepada target khalayak. Pada perancangan ini pembuatan video sebagai media promosi desa bejjong serta didampingi media pendukung berupa x-banner, reels instagram, brosur, short youtube dan tiktok.

Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan media video yang mana media video lebih fleksible dalam menyebarkan sebuah info tentang suatu lokasi. Kegunaan video dalam perancangan ini memiliki fungsi sebagai penyaluran serta promosi kebudayaan majapahit yang ada pada desa bejjong kabupaten Mojokerto. Dalam perancangan ini peneliti menggunakan elemen gambar serta backsound yang mendukung serta cocok dengan kebudayaan yang ada di desa bejjong agar yang menyaksikan rancangan ini bisa mengerti tentang kebudayaan khas majapahit yang ada di desa bejjong.

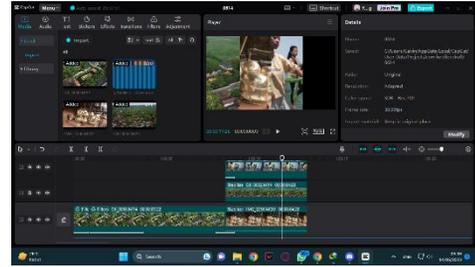
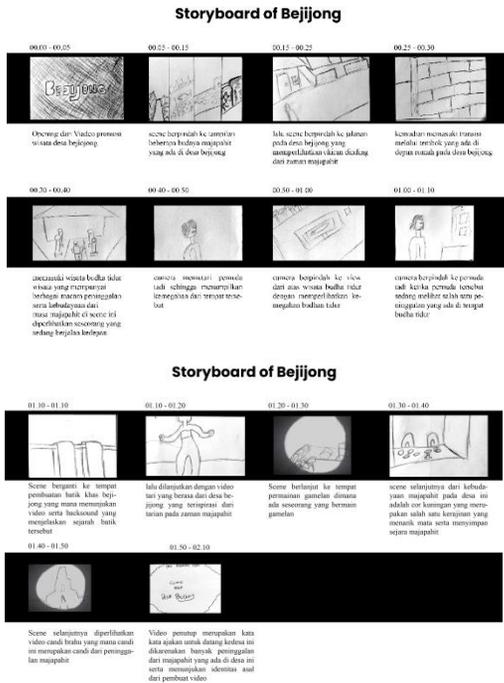
1. Storyline

Storyline sendiri merupakan sebuah proses untuk merangkai cerita dan kejadian melalui teks yang disesuaikan melalui latar tempat, waktu, dan suasana. Yang artinya storyline merupakan rangkaian singkat dari yang menjelaskan awal mula cerita hingga akhir cerita.

2. Storyboard

Storyboard merupakan sebuah proses dari gambaran sebuah film atau cerita yang akan divisualisasikan sehingga terbentuknya suatu

cerita video, sehingga storyboard juga merupakan suatu dasar dari elemen yang ada. Gambar 4.1 Storyboard



Pemberian Color Tone

Dalam pemberian color tone peneliti menggunakan software davinci resolve karena software ini kompleks dan gratis sehingga mempermudah penelitian.



SIMPULAN

Pada penelitian ini peneliti telah melalui 3 tahapan dalam perancangan video promosi desa bejjong guna meningkatkan Brand recall, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Dalam proses ini terdapat pembuatan konsep dan ide, penentuan elemen gambar dan ilustrasi, pemilihan audio visual, pemberian color tone, serta pembuatan media pendukung. Topik yang akan digunakan pada karya ini harus sesuai dengan topik penelitian dan data penelitian yang telah didapatkan. Pada proses produksi telah disusun berdasarkan keyword yang telah didapat oleh peneliti. Media pendukung dibuat untuk memperkuat informasi pada media utama di penelitian ini. Media pendukung meliputi, X-banner, Poster, dan media sosial Youtube dan Instagram. Video promosi ini dirancang guna lebih memperkenalkan desa bejjong sebagai desa wisata yang mempunyai peninggalan dari kerajaan majapahit yang mana hal tersebut bisa berguna bagi masyarakat luas khususnya dalam bidang pendidikan dan pendapatan penduduk bejjong sendiri.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan riset lapangan yang sudah dilakukan oleh peneliti desa bejjong merupakan desa yang sudah pernah dibranding namun hal tersebut mendapatkan kendala sehingga kurang meratanya branding tersebut, sehingga mengakibatkan penghasilan pada warga bejjong yang mana mayoritas

3. Warna

Warna dalam video adalah elemen visual yang digunakan untuk menciptakan suasana, membangun mood, dan mengkomunikasikan emosi kepada penonton. Penggunaan warna yang cerah dan kontras tinggi dapat memberikan kesan energik, sementara warna yang lembut dan serasi memberikan kesan tenang. Warna juga digunakan untuk membedakan adegan atau tema yang berbeda dalam video. Melalui teknik grading, penyesuaian warna dilakukan untuk mencapai tampilan visual yang diinginkan. Warna yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut.



Perancangan Media

Perancangan video

Pembuatan video menggunakan software Capcut untuk mengedit video tersebut. Dalam software tersebut peneliti mengedit serta memasukan backsound menjadi satu kepaduan.

merupakan pengerajin serta pengelola tempat wisata menjadi terbebani. Peneliti berharap untuk kedepannya pihak kepala desa bisa melakukan branding yang lebih sempurna karena dirasa pemerataan itu perlu apalagi sejarah merupakan sebuah bukti nyata dari kekayaan bangsa Indonesia itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Prasetyo, Iis. 2014. "Teknik Analisis Data Dalam Research and Development." UNY: Fakultas Ilmu Pendidikan 6: 11. http://staffnew.uny.ac.id/upload/132310875/pe_ngabdian/teknik-analisis-data-dalam-researchand-development.pdf.
- Sudarsono, Blasius. 2017. "Memahami Dokumentasi." *Acarya Pustaka* 3 (1): 47. <https://doi.org/10.23887/ap.v3i1.12735>.
- Khurram, Mehreen, Faisal Qadeer, and Muhammad Sheeraz. 2018. "The Role of Brand Recall, Brand Recognition and Price Consciousness in Understanding Actual Purchase." *Journal of Research in Social Sciences* 6 (2): 219–41. <https://ssrn.com/abstract=3215875><https://ssrn.com/abstract=3215875>[Electronic copy available at: https://ssrn.com/abstract=3215875](https://ssrn.com/abstract=3215875)
- Huda, Lis Nurul. 2018. "Kerajinan Logam Di Trowulan Mojokerto Pada Tahun 1980-2000 Lis Nurul Huda." *Journal Pendidikan Sejarah* 6 (4).
- Haqiqi, Achmad Yasrif. n.d. "PERANCANGAN VIDEO PROMOSI ORN INDONESIA GUNA MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS."
- Hakim, Lukman Nul. 2013. "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit." *Aspirasi* 4 (2): 165–72. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501>.
- Nila Ardana Harahap, Eko Agus Basuki Oemar. 2020. "Inspirasi Desain Gaya Vintage Dalam Perancangan Buku Infografis Makanan Populer Tradisional Melayu Kepulauan Riau" 1 (3): 50–63