

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Gambaran Umum Produk

Proyek perancangan ini menghasilkan sebuah konten video informatif berdurasi 9.45 menit yang berfokus pada promosi destinasi wisata budaya, yaitu Museum Meiji Mura. Video dirancang sebagai media yang tidak hanya menyampaikan informasi faktual, tetapi juga membangun daya tarik visual dan emosional terhadap destinasi yang ditampilkan. Dalam konteks pariwisata modern, media audiovisual memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat kunjungan, karena mampu menghadirkan representasi visual yang lebih konkret dibandingkan media berbasis teks.

Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2016), promosi dalam pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun persepsi dan pengalaman awal bagi calon wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa konten video yang dirancang harus mampu menghadirkan kombinasi antara informasi praktis dan pengalaman visual yang menarik. Oleh karena itu, video ini tidak hanya berisi penjelasan mengenai lokasi dan fasilitas, tetapi juga menampilkan suasana dan pengalaman yang dapat dirasakan oleh pengunjung.

Target audiens dalam perancangan ini adalah wisatawan Indonesia, sehingga pendekatan bahasa yang digunakan bersifat komunikatif dan mudah dipahami. Selain itu, penggunaan subtitle bahasa Jepang menjadi bentuk representasi komunikasi lintas budaya yang mendukung penyampaian informasi secara lebih luas. Dengan demikian, video ini diharapkan mampu

menjadi media promosi yang efektif sekaligus memberikan gambaran awal bagi wisatawan yang tertarik mengunjungi Museum Meiji Mura.

4.1.2 Perancangan dan Pengembangan Produk

1. Praproduksi

Tahap ini penulis melakukan analisis kebutuhan yang dilakukan untuk mengidentifikasi kesenjangan informasi serta alasan pemilihan objek perancangan. Museum Meiji Mura dipilih karena memiliki karakteristik sebagai museum terbuka yang merepresentasikan perubahan besar pada Era Meiji, namun belum banyak dikenal oleh wisatawan Indonesia. Padahal, museum ini memiliki potensi sebagai destinasi wisata edukatif yang mampu memberikan pengalaman langsung terkait perkembangan sejarah Jepang.

Berdasarkan analisis kebutuhan audiens, wisatawan Indonesia cenderung membutuhkan informasi yang bersifat praktis dan aplikatif, seperti akses transportasi, harga tiket, serta gambaran aktivitas yang dapat dilakukan. Hal ini sejalan dengan pendapat Arsyad (2014) yang menyatakan bahwa media audiovisual efektif dalam menyampaikan informasi karena mampu menggabungkan unsur visual dan verbal secara simultan, sehingga memudahkan pemahaman audiens.

Selain itu, konten yang tersedia di media digital saat ini masih didominasi oleh informasi yang bersifat umum dan kurang terstruktur. Banyak konten yang membahas sejarah secara mendalam, namun kurang mengaitkannya dengan pengalaman wisata yang relevan bagi audiens. Oleh karena itu, diperlukan suatu media yang mampu menyajikan informasi secara selektif, terstruktur, dan menarik secara visual.

Dengan demikian, kebutuhan utama yang diidentifikasi dalam perancangan ini adalah penyediaan media informasi yang mampu mengintegrasikan aspek informatif dan promotif, sehingga tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mendorong minat kunjungan wisatawan.

2. Produksi

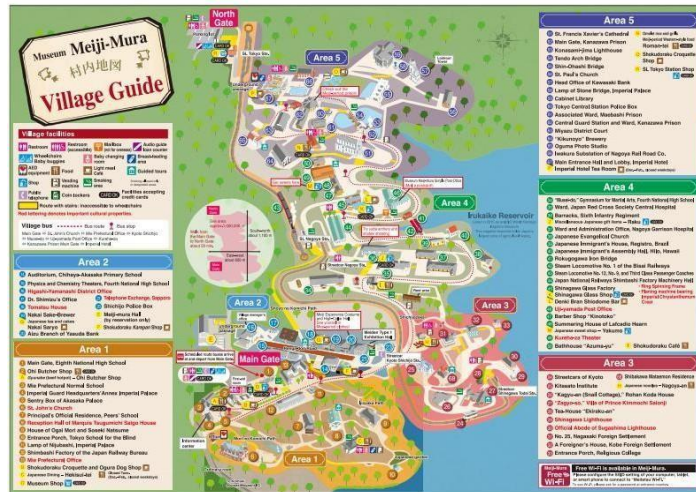
Tahap perancangan dilakukan dengan menyusun konsep konten video yang mengintegrasikan struktur naratif dan visual secara sistematis. Alur video dirancang dalam beberapa segmen utama, yaitu pembukaan, akses menuju lokasi, informasi tiket, eksplorasi museum, serta penutup yang bersifat reflektif. Struktur ini bertujuan untuk memudahkan audiens dalam memahami informasi secara bertahap sekaligus menjaga alur cerita tetap menarik.

Dalam perancangan narasi, digunakan bahasa Indonesia yang komunikatif dengan gaya semi-formal agar sesuai dengan target audiens. Selain itu, disisipkan beberapa istilah Jepang seperti *bunmei kaika* (peradaban dan pencerahan), *yōfū kenchiku* (arsitektur bergaya Barat), dan *Meiji no seishin* (semangat perubahan pada Era Meiji) untuk memperkuat konteks budaya. Penggunaan istilah ini tidak hanya berfungsi sebagai informasi tambahan, tetapi juga sebagai upaya memperkenalkan konsep budaya Jepang kepada audiens secara lebih mendalam.

Dari sisi visual, perancangan dilakukan pada level konseptual dengan memastikan bahwa setiap bagian konten memiliki dukungan visual yang relevan. Visual akses menampilkan perjalanan menuju lokasi, sedangkan visual eksplorasi menampilkan bangunan dan aktivitas di dalam museum. Hal ini sejalan dengan konsep media audiovisual yang menekankan keselarasan antara narasi dan visual untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Dalam tahap perancangan, penulis juga memanfaatkan peta kawasan Museum Meiji Mura sebagai acuan dalam menentukan alur pengambilan konten. Peta tersebut digunakan untuk mengidentifikasi lokasi-lokasi utama yang memiliki nilai visual dan informatif, serta membantu menyusun urutan eksplorasi agar lebih sistematis. Dengan mempertimbangkan luas area museum, penggunaan peta menjadi penting untuk memastikan bahwa konten

yang dihasilkan tetap terarah dan mencakup titik-titik yang relevan dengan kebutuhan audiens.



Gambar 4.1 Peta Kawasan Museum Meiji Mura

Sumber: <https://www.adfwebmagazine.jp/wp-content/uploads/2021/02/adf-web-magazine-meiji-mura-map.pdf>

A. Perancangan Alur

Setelah proses penyusunan konsep, pengumpulan data, dan penulisan naskah selesai dilakukan, tahap berikutnya dalam produksi video adalah pembuatan alur video. Hal ini berfungsi sebagai panduan visual yang membantu menggambarkan urutan adegan, komposisi gambar, pengambilan sudut kamera, serta penempatan narasi yang akan digunakan dalam video. Dengan ini proses produksi dapat direncanakan secara lebih sistematis sehingga setiap adegan yang direkam tetap sesuai dengan tujuan penyampaian informasi. Selain itu, perancangan alur juga membantu penulis dalam menyesuaikan visual dengan isi narasi agar video yang dihasilkan lebih terstruktur, informatif, dan mudah dipahami oleh audiens.

No	Segmen	Visual Utama	Narasi	Tujuan
1	<i>Opening</i>	Gerbang museum, jalan klasik	Intro Meiji & <i>bunmei kaika</i>	Membangun konteks
2	Akses	Inuyama <i>Station</i> , bus	Cara menuju lokasi	Informasi praktis
3	Tiket	Loket, map	Harga, jam operasional, serta rekomendasi musim yang tepat untuk berkunjung.	Informasi dasar
4	Eksplorasi	Bangunan museum	Penjelasan Meiji Mura dan mengulik terkait cerita sejarah beberapa bangunan inti secara singkat.	Daya tarik
5	<i>Experience</i>	Trem dan Bis klasik	Pengalaman pengunjung	<i>Engagement</i>
6	<i>Closing</i>	Sunset, <i>cinematography</i> selama perjalanan pulang.	Refleksi	<i>Emotional impact</i>

Tabel 4.1 Alur Video

Dalam perancangan konten, dipilih tiga bangunan utama sebagai fokus visual dan naratif karena merepresentasikan aspek penting dalam proses modernisasi Jepang pada Era Meiji. Diantaranya yaitu:

1. ***Japan National Railways Shimbashi Factory Machinery Hall***, yang mencerminkan perkembangan teknologi transportasi pada Era Meiji. Pembangunan sistem perkeretaapian menjadi salah satu simbol kemajuan industri Jepang, yang mempercepat mobilitas dan pertumbuhan ekonomi. Hal ini berkaitan dengan konsep *shokusan kōgyō* (promosi industri), yaitu kebijakan pemerintah Meiji dalam mendorong industrialisasi.
2. ***Imperial Hotel***, yang dirancang oleh arsitek terkenal Frank Lloyd Wright. Bangunan ini merepresentasikan perkembangan arsitektur modern yang menggabungkan konsep Barat dengan adaptasi terhadap lingkungan Jepang. Kehadiran bangunan ini menunjukkan bahwa modernisasi Jepang tidak hanya bersifat adopsi, tetapi juga adaptasi.
3. ***St. Francis Xavier's Cathedral***, yang mencerminkan masuknya pengaruh agama dan arsitektur Barat ke Jepang. Katedral ini menjadi simbol keterbukaan Jepang terhadap budaya luar setelah periode isolasi, serta menunjukkan bagaimana nilai-nilai baru mulai diperkenalkan dalam kehidupan masyarakat.

Pemilihan ketiga bangunan ini didasarkan pada representasi tiga aspek utama modernisasi Jepang, yaitu budaya, arsitektur, dan teknologi, sehingga mampu memperkuat narasi dalam video secara keseluruhan.

B. Daftar Istilah Bahasa Jepang

Tabel berikut berisi kosakata dan istilah bahasa Jepang yang digunakan dalam *script* video “*Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan*”. Kosakata tersebut mencakup istilah budaya, sejarah, serta konsep yang berkaitan dengan modernisasi Jepang pada era Meiji. Penyusunan tabel ini bertujuan untuk membantu pembaca memahami makna istilah-

istilah Jepang yang muncul dalam pembahasan serta sebagai pendukung produk ini.

No	Istilah Jepang	Kanji	Arti
1	<i>Bunmei Kaika</i>	文明開化	Peradaban dan Pencerahan
2	<i>Yagai Hakubutsukan</i>	野外博物館	Museum Terbuka
3	<i>Meiji Jidai</i>	明治時代	Era/Periode Meiji
4	<i>Meiji Ishin</i>	明治維新	Restorasi Meiji
5	<i>Yōfū Kenchiku</i>	洋風建築	Arsitektur Barat
6	<i>Meiji no Seishin</i>	明治の精神	Semangat atau Jiwa Era Meiji
7	<i>Jōki Kikan</i>	蒸気機関	Mesin Uap
8	<i>Wadokei</i>	和時計	Sistem Perhitungan Waktu Tradisional Jepang
9	<i>Seiyō Jikan</i>	西洋時間	Sistem Waktu Barat /Waktu Modern Barat
10	<i>Sakoku</i>	鎖国	Kebijakan Isolasi Jepang Pada Zaman Edo
11	<i>Jidōhanbaiki</i>	自動販売機	<i>Vending Machine</i>
12	<i>Omiyage</i>	お土産	Oleh-oleh

13	<i>Shōgun</i>	将軍	Kepemimpinan Militer Tertinggi Jepang Pada Masa Feodal
----	---------------	----	--

Tabel 4.2 Kosakata Jepang

C. Tahap Pengembangan Produk

Tahap pengembangan merupakan proses implementasi dari konsep yang telah dirancang menjadi produk video yang utuh. Proses ini dimulai dengan pengambilan gambar di Museum Meiji Mura yang difokuskan pada pengumpulan visual sesuai dengan kebutuhan konten. Pengambilan gambar mencakup area akses, bangunan utama, serta aktivitas pengunjung untuk menciptakan representasi yang komprehensif.

Dalam tahap ini, penulis memastikan bahwa visual yang dihasilkan sesuai dengan struktur naratif yang telah dirancang. Hal ini penting karena dalam media audiovisual, kesesuaian antara narasi dan visual menjadi faktor utama dalam efektivitas penyampaian informasi. Proses seleksi footage dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi visual terhadap pesan yang ingin disampaikan, sehingga setiap adegan memiliki fungsi yang jelas dalam mendukung konten.

1. Perumusan Konsep Konten Video

Tahap pengembangan produk diawali dengan perumusan konsep konten video sebagai dasar dalam penyusunan keseluruhan isi video. Pada tahap ini ditetapkan tujuan utama video, yaitu memperkenalkan Museum Meiji Mura kepada wisatawan Indonesia melalui penyampaian

informasi yang informatif, komunikatif, dan mudah dipahami. Selain itu, ditentukan pula target audiens, yaitu masyarakat Indonesia yang memiliki ketertarikan terhadap wisata budaya dan sejarah Jepang. Berdasarkan tujuan tersebut, ditetapkan konsep video yang mengintegrasikan informasi sejarah Era Meiji, daya tarik Museum Meiji Mura, serta informasi praktis mengenai akses dan kunjungan. Pada tahap ini juga ditentukan judul video, yaitu *Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan*, sebagai representasi isi video yang menampilkan Museum Meiji Mura sebagai salah satu simbol perkembangan Jepang pada masa modern awal.

2. Penyusunan Narasi Video

Setelah konsep konten ditetapkan, tahap berikutnya adalah penyusunan naskah narasi sebagai inti dari video informatif. Narasi disusun berdasarkan hasil studi pustaka mengenai Museum Meiji Mura, sejarah Era Meiji, promosi pariwisata, serta informasi pendukung lainnya yang relevan. Informasi yang diperoleh kemudian diseleksi dan diorganisasikan agar sesuai dengan kebutuhan target audiens. Dalam proses penyusunan narasi, bahasa yang digunakan dibuat komunikatif dan mudah dipahami tanpa mengurangi ketepatan informasi yang disampaikan. Selain itu, penyusunan narasi juga memperhatikan kesinambungan antarbagian sehingga setiap informasi memiliki hubungan yang logis dan mampu membangun pemahaman audiens mengenai Museum Meiji Mura secara menyeluruh.

3. Penyusunan Alur Konten Video

Tahap selanjutnya adalah penyusunan alur konten video agar penyampaian informasi berlangsung secara sistematis. Alur video diawali dengan pengenalan mengenai Jepang dan Era Meiji sebagai latar belakang historis, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan Museum Meiji Mura sebagai museum terbuka yang merepresentasikan perkembangan arsitektur pada Era Meiji. Setelah itu, konten berisi informasi mengenai akses menuju museum, penjelasan beberapa bangunan utama beserta nilai sejarahnya, serta informasi pendukung yang dapat membantu calon wisatawan dalam merencanakan kunjungan. Pada bagian akhir, video ditutup dengan rangkuman mengenai pentingnya Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata sejarah sekaligus ajakan kepada wisatawan Indonesia untuk mengenal dan mengunjungi museum tersebut. Penyusunan alur ini bertujuan agar informasi tersampaikan secara runtut, mudah diikuti, serta mampu menghubungkan aspek sejarah dengan kebutuhan informasi wisata dalam satu kesatuan narasi. Setelah seluruh footage diperoleh, tahap selanjutnya adalah proses editing video. Proses ini mencakup pemilihan dan penyusunan footage berdasarkan struktur yang telah dirancang, yaitu pembukaan, akses menuju lokasi, informasi tiket, eksplorasi museum, serta penutup.

Hasil dari proyek perancangan ini berupa sebuah video informatif berdurasi 9.45 menit yang menjadikan Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya bersejarah yang menarik.

Video ini dirancang dengan mengintegrasikan struktur naratif dan visual untuk menyampaikan informasi secara sistematis sekaligus membangun daya tarik bagi audiens. Secara keseluruhan, video menampilkan kombinasi antara informasi praktis, seperti akses dan tiket, dengan eksplorasi visual terhadap area museum. Penyajian konten dilakukan secara berurutan agar audiens dapat mengikuti alur informasi dengan mudah, mulai dari pengenalan konteks hingga pengalaman eksplorasi.

3. Pascaproduksi

1. Pemilihan *Footage*

Setelah proses produksi, dari banyaknya *footage* yang telah diambil kemudian diseleksi mana *footage* yang relevan dan paling baik untuk dimasukkan dalam video. Pemilihan *footage* juga harus disesuaikan dengan *script* yang telah ditulis agar informasi dan visualisasi selaras dan mudah diterima oleh audiens. Hal ini dilakukan agar memudahkan partner produksi dalam proses editing selanjutnya.

2. Struktur Konten Video

Struktur konten video disusun secara sistematis dengan mempertimbangkan alur informasi yang mudah dipahami oleh audiens. Setiap segmen memiliki fungsi yang berbeda, namun saling terhubung untuk membentuk satu kesatuan narasi yang utuh. Penyusunan struktur ini bertujuan untuk menghindari penyampaian informasi yang bersifat acak, sehingga audiens dapat mengikuti alur video dengan lebih nyaman.

Pada bagian pembukaan, fokus utama adalah membangun konteks dan menarik perhatian audiens melalui pengenalan singkat mengenai Jepang dan Era Meiji. Bagian ini menjadi penting karena berfungsi sebagai landasan bagi segmen-segmen berikutnya. Selanjutnya, segmen akses berperan dalam memberikan informasi praktis terkait perjalanan menuju lokasi, yang merupakan kebutuhan utama bagi calon pengunjung.

Segmen informasi tiket dan operasional disusun untuk melengkapi kebutuhan dasar audiens, sehingga video tidak hanya memberikan gambaran visual, tetapi juga informasi yang dapat langsung digunakan. Sementara itu, segmen eksplorasi menjadi inti dari keseluruhan video karena menampilkan daya tarik utama dari museum melalui visual yang lebih dominan.

Sebagai penutup, segmen closing dirancang untuk memberikan kesan akhir yang kuat melalui pendekatan reflektif. Hal ini bertujuan agar audiens tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga merasakan pengalaman secara emosional. Dengan struktur yang terorganisir ini, video mampu mengintegrasikan fungsi informatif dan promotif secara seimbang.

Untuk memperjelas hasil produk, berikut merupakan tabel dari struktur konten video yang dihasilkan:

Segmen	Durasi (±)	Isi Konten	Tujuan
<i>Opening</i>	1 menit	Pengenalan Jepang & Era Meiji	Membangun konteks
Akses	2–3 menit	Rute menuju lokasi	Informasi praktis
Tiket & Info	1–2 menit	Harga, jam, rekomendasi	Panduan kunjungan
Eksplorasi	3-5 menit	Area museum & bangunan	Daya tarik utama
<i>Closing</i>	1–2 menit	Refleksi & kesimpulan	<i>Emotional impact</i>

Tabel 4.3 Struktur Konten

3. Karakteristik Konten Video

Konten narasi yang dihasilkan memiliki karakteristik yang menggabungkan aspek informatif dan promotif secara seimbang. Dari segi informatif, video menyajikan data dan informasi yang relevan, seperti akses, biaya, serta gambaran aktivitas yang dapat dilakukan. Informasi ini disusun secara terstruktur sehingga mudah dipahami oleh audiens, khususnya wisatawan Indonesia yang menjadi target utama.

Dari segi promotif, narasi dirancang untuk membangun ketertarikan melalui kekuatan karakter dan alur narasi yang mengalir. Intonasi penggambaran suasana museum, bangunan, serta aktivitas pengunjung menjadi elemen utama dalam menciptakan daya tarik tersebut. Dengan demikian, video tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana persuasi yang mendorong minat kunjungan.

Selain itu, karakteristik visual-sentris dalam video ini terlihat dari dominasi penggunaan gambar sebagai media utama penyampaian pesan. Narasi yang disampaikan melalui voice over berfungsi sebagai pendukung yang memperjelas informasi, bukan sebagai satu-satunya sumber komunikasi. Hal ini sejalan dengan prinsip media audiovisual yang menekankan pentingnya keseimbangan antara visual dan verbal.

Penggunaan voice over dalam bahasa Indonesia yang dipadukan dengan subtitle bahasa Indonesia juga menjadi karakteristik khusus dalam video ini. Karena dapat meningkatkan pemahaman informasi, juga memperkuat nuansa lokal dari destinasi yang ditampilkan. Dengan demikian, video ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki nilai tambah dalam aspek komunikasi lintas budaya.

4. Target Hasil Akhir Produk

Hasil akhir dari proyek perancangan ini adalah sebuah video informatif yang mampu mengintegrasikan aspek visual dan naratif secara harmonis. Video yang dihasilkan tidak hanya menyampaikan informasi secara jelas, tetapi juga mampu menghadirkan pengalaman visual yang mendukung fungsi promosi wisata. Hal ini terlihat dari penyusunan alur yang terstruktur serta pemilihan visual yang relevan dengan konten yang disampaikan.

Secara keseluruhan, video ini telah memenuhi tujuan perancangan, yaitu menghasilkan media yang mampu menyampaikan informasi secara efektif sekaligus membangun daya tarik terhadap Museum Meiji Mura. Dengan pendekatan yang komunikatif dan visual yang mendukung, video ini diharapkan dapat membantu audiens dalam memahami destinasi yang ditampilkan serta mendorong minat untuk mengunjunginya secara langsung

4.1.3 Validasi produk

Setelah pembuatan video selesai, penulis melakukan uji validasi produk tahap pertama yang dilakukan untuk menilai kesesuaian isi konten serta kualitas penyampaian informasi dalam video yang telah dirancang. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh masukan awal sebelum produk memasuki tahap revisi dan penyempurnaan lebih lanjut. Proses validasi dilakukan melalui penilaian oleh dua validator yang memiliki latar belakang dan kompetensi yang relevan dengan proyek perancangan video ini, yaitu Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si. selaku dosen pembimbing, dan Andre Risky Pradana selaku anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia.

Pada tahap validasi ini, penilaian difokuskan pada dua aspek utama, yaitu aspek konten video serta aspek subtitle. Aspek konten meliputi struktur penyampaian informasi, relevansi materi, kesesuaian visual dengan tujuan promosi wisata, serta efektivitas video dalam memperkenalkan Museum Meiji Mura kepada audiens. Sementara itu, aspek *subtitle* difokuskan pada kejelasan penyampaian informasi berdasarkan subtitle dan editing, penggunaan bahasa, keterpaduan *voice over* dengan visual, serta informasi *subtitle* kosakata bahasa Jepang sebagai pendukung komunikasi audiovisual.

The image shows two identical copies of a 'Form Validasi' (Validation Form) for a video product. The form is titled 'Form Validasi' and contains two sections: 'Validasi Konten' and 'Validasi Pengantar Bahasa (subtitle)'. Each section contains five numbered questions with checkboxes for 'Tidak Sesuai', 'Cukup Sesuai', 'Sesuai', and 'Sangat Sesuai'. The form is signed by 'Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.' and dated 'Senin, 21 April 2020'.

Form Validasi
Validator : Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.
Tanggal : 21 April 2020

Validasi Konten
Berkaitan dengan video yang sudah selesai.
1. Apakah informasi yang disajikan dalam video tersebut secara akurat dan tidak menyesatkan?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
2. Apakah video memberikan gambaran yang cukup mengenai Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
3. Apakah visual dalam video menarik dan tidak membosankan?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
4. Apakah visual dalam video mampu menyampaikan informasi yang disampaikan secara akurat?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
5. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan dalam video ini? Jika ya, harap jelaskan.
Jawab: Tidak diperlukan lagi/akurasi, karena sudah akurat.
Senin, 21 April 2020
Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.
Validator

Form Validasi
Validator : Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.
Tanggal : 21 April 2020

Validasi Pengantar Bahasa (subtitle)
1. Apakah pengantar bahasa dalam video tersebut akurat dan sesuai dengan isi video?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
2. Apakah bahasa yang digunakan dalam video ini tepat dan mudah dipahami?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
3. Apakah pengantar dan isi video tersebut akurat dan mudah dipahami?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
4. Apakah media penyampaian informasi dalam video ini mudah dilihat?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
5. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan dalam video ini? Jika ya, harap jelaskan.
Jawab: Tidak diperlukan lagi/akurasi, karena sudah akurat.
Senin, 21 April 2020
Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.
Validator

Gambar 4.2 Form Validasi Produk (1)

Form Validasi

Validator : Andre Risky Pradana (Anggota Himpunan Pramawisata Indonesia)

Tanggal : 24 April 2026

Validasi Konten

Silahkan centang salah satu jawaban yang tersedia.

1. Apakah informasi yang disajikan dalam video tersebut secara sistematis dan tidak menyinggungkan?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
2. Apakah video memberikan gambaran yang cukup mengenai Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
3. Apakah narasi (voice over) terdengar jelas dan tidak repetitif?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
4. Apakah visual dalam video mampu merepresentasikan informasi yang disampaikan secara efektif?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
5. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan dalam video ini? Jika iya, harap jelaskan.
Video bisa dibuat seperti seorang wisatawan Indonesia yang sedang berbagi pengalaman pribadi saat mengunjungi lokasi wisata agar terasa lebih natural.

Semarang, 24 April 2026

 Andre Risky Pradana
 Validator

Form Validasi

Validator : Andre Risky Pradana (Anggota Himpunan Pramawisata Indonesia)

Tanggal : 22 April 2026

Validasi Penggunaan Bahasa (subtitle)

1. Apakah penggunaan bahasa dalam video terasa komunikatif dan sesuai untuk audiens secara umum?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
2. Apakah kosakata yang digunakan dalam video ini tepat dan mudah dipahami?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
3. Apakah penggunaan dan ukuran font subtitle dalam video dapat terbaca dengan jelas?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
4. Apakah struktur penyampaian informasi dalam video ini sudah efektif?
☐ Tidak Sesuai ☐ Cukup Sesuai ☒ Sesuai ☐ Sangat Sesuai
5. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan dalam video ini? Jika iya, harap jelaskan.
Penggunaan gaya bahasa subtitle yang lebih natural dan komunikatif dalam bahasa Indonesia.

Semarang, 24 April 2026

 Andre Risky Pradana
 Validator

Gambar 4.3 Form Validasi Produk (2)

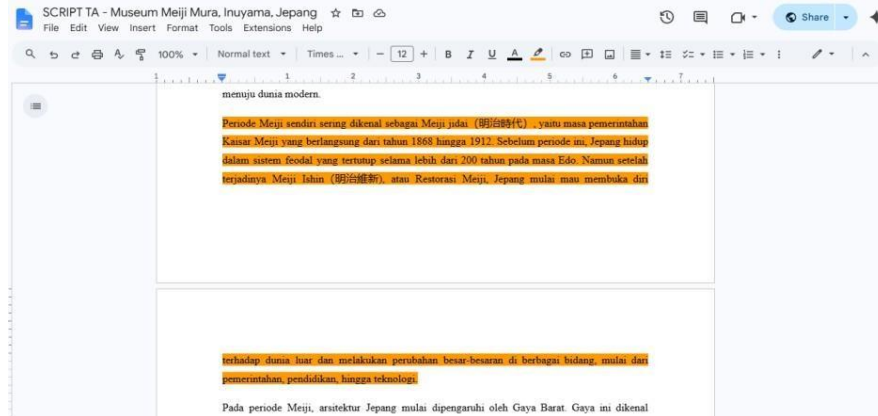
Berdasarkan hasil validasi pada aspek konten, kedua validator menilai bahwa video telah memiliki alur yang cukup sistematis dan informatif. Penyampaian informasi dinilai mampu memberikan gambaran umum mengenai Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya sekaligus memperlihatkan daya tarik visual yang mendukung fungsi promosi. Selain itu, pemilihan fokus konten, seperti akses menuju lokasi, informasi wisata, serta eksplorasi bangunan utama, dinilai relevan dengan kebutuhan audiens, khususnya wisatawan Indonesia yang belum familiar dengan lokasi tersebut. Namun demikian, validator juga memberikan beberapa masukan terkait sound dalam beberapa bagian video agar disamakan agar penyampaian informasi dapat terasa lebih nyaman didengar serta gaya penyampaian video agar dibuat lebih santai dan natural. Selain itu juga penambahan detail sejarah terkait museum dan barang-barang unik yang terdapat di museum yang menjadi ciri khas.

Pada aspek *subtitle*, validator menilai bahwa penggunaan *voice over* bahasa Indonesia telah cukup komunikatif dan mudah dipahami. Narasi dianggap mampu mendukung visual yang ditampilkan serta membantu audiens memahami konteks video secara lebih terarah. Penggunaan beberapa istilah bahasa Jepang juga dinilai memberikan nilai tambah karena mampu memperkuat nuansa lokal dan konteks budaya dalam video. Selain itu, penambahan *subtitle* juga dinilai mampu mendukung identitas audiovisual dalam penyampaian informasi. Meskipun demikian, validator memberikan saran agar sinkronisasi antara *subtitle* dan *voice over* diperhatikan secara lebih detail agar keterbacaan teks tetap nyaman bagi penonton serta penambahan credits pada akhir video.

4.1.4 Evaluasi Produk

Berdasarkan hasil validasi tahap pertama, dilakukan beberapa revisi terhadap produk video guna meningkatkan kualitas penyampaian informasi dan kenyamanan audiens saat menonton. Revisi pada aspek konten difokuskan pada penyesuaian kualitas sound pada beberapa bagian video agar terdengar lebih konsisten dan nyaman didengar. Selain itu, gaya penyampaian narasi juga ditambahkan detail terkait barang unik serta diperbaiki menjadi lebih santai dan natural tanpa menghilangkan unsur informatif, sehingga video terasa lebih komunikatif dan sesuai dengan karakteristik target audiens.

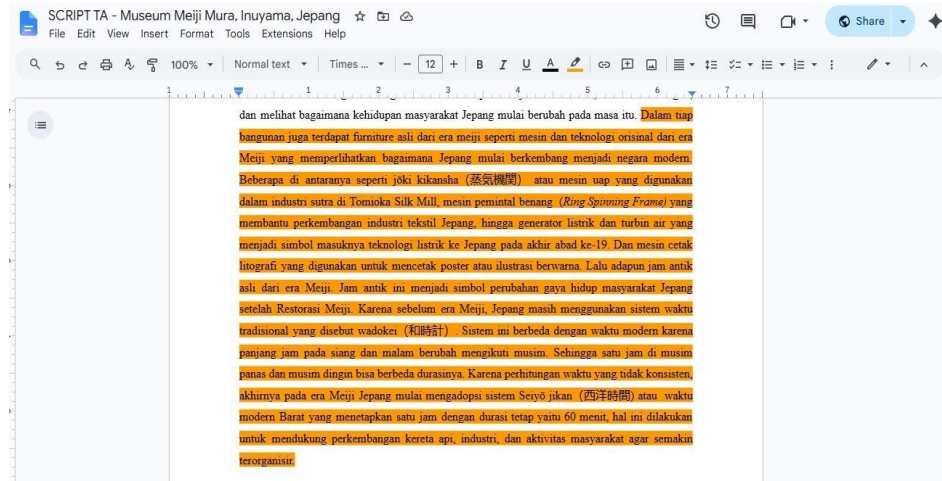
Pada aspek *subtitle* dan narasi, revisi dilakukan dengan memperhatikan sinkronisasi antara *voice over*, visual, dan *subtitle* agar keterbacaan teks menjadi lebih nyaman bagi penonton. Selain itu, dilakukan penambahan credits pada bagian akhir video sebagai pelengkap identitas audiovisual. Setelah proses revisi dilakukan, video dievaluasi kembali secara keseluruhan hingga dinilai mengalami peningkatan dari segi kualitas audio, keterpaduan visual dan narasi, serta efektivitas penyampaian informasi sebagai media promosi wisata.



Gambar 4.4 Narasi Penambahan Detail Sejarah Museum



Gambar 4.5 Visual Penambahan Detail Sejarah Museum



Gambar 4.6 Narasi Penambahan Informasi Barang Unik



Gambar 4.7 Visual Penambahan Informasi Barang Unik

4.1.5 Uji Coba Produk

Tahap uji coba produk dilakukan setelah proses revisi berdasarkan hasil validasi tahap pertama selesai dilaksanakan. Uji coba ini bertujuan untuk mengukur efektivitas video dalam menyampaikan informasi serta membangun ketertarikan audiens terhadap Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya. Responden dalam uji coba ini terdiri atas individu yang memiliki minat terhadap wisata Jepang, baik yang belum pernah maupun yang telah memiliki

pengalaman berkunjung ke Jepang. Pemilihan kategori responden tersebut dilakukan untuk memperoleh sudut pandang yang lebih beragam terkait relevansi informasi, daya tarik visual, serta kemampuan video dalam memberikan gambaran destinasi kepada calon wisatawan.

Responden	Jumlah
Wisatawan Indonesia yang belum pernah memiliki pengalaman berwisata di Jepang	22
Wisatawan Indonesia yang sudah pernah memiliki pengalaman berwisata di Jepang	10
TOTAL	32

Tabel 4.4 Jumlah Responden Produk Uji Coba

Selanjutnya untuk mengukur respons audiens terhadap produk yang telah dikembangkan, penulis menyusun kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan terstruktur. Pertanyaan tersebut mencakup aspek visual, kejelasan informasi dan narasi, keterpaduan subtitle, serta efektivitas video dalam menyampaikan informasi wisata. Kuesioner ini dirancang sebagai instrumen evaluasi untuk menilai sejauh mana video informatif yang dibuat telah mampu memenuhi tujuan sebagai media promosi wisata sekaligus media penyampaian informasi mengenai Museum Meiji Mura.

Responden diberikan kesempatan untuk menonton video yang telah diproduksi sebelum mengisi kuesioner penilaian. Responden dalam uji coba ini terdiri atas individu yang memiliki minat terhadap wisata Jepang, baik yang belum pernah maupun yang telah memiliki pengalaman berkunjung ke Jepang. Selain itu, responden juga belum pernah mengunjungi Museum Meiji Mura secara langsung, sehingga penilaian yang diberikan dapat menunjukkan

efektivitas video dalam memperkenalkan destinasi tersebut kepada audiens baru. Proses uji coba dilakukan dengan membagikan tautan video kepada responden untuk kemudian dievaluasi berdasarkan pengalaman menonton dan pemahaman informasi yang diperoleh.

Aspek	Daftar Pertanyaan	Skala					Rata-rata	Jumlah
		1	2	3	4	5		
Visual	1	0	0	2	8	22	4,61	
	2	0	1	1	13	17	4,42	4,51
Informasi dan Narasi	3	0	0	1	8	23	4,68	
	4	0	0	1	11	20	4,58	
	5	0	0	5	12	15	4,30	4,52
Subtitle	6	0	0	1	12	19	4,55	
	7	0	0	3	11	18	4,46	4,50
Efektivitas	8	0	0	1	8	23	4,68	4,68
Jumlah Total								4,55

Tabel 4.5 Hasil Kuesioner dari Skala Likert

Tabel di atas menunjukkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 32 responden mengenai efektivitas video dengan judul “*Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan*”. Berdasarkan hasil penilaian responden, video tersebut memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,55 dari skala maksimum 5,0 yang termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Adapun rata-rata nilai pada setiap

aspek yang dinilai yaitu sebesar (4,51) pada aspek visual, lalu sebesar (4,52) pada aspek informasi dan narasi, kemudian sebesar (4,50) pada aspek subtitle, serta sebesar (4,68) pada aspek efektivitas.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa video yang telah dibuat secara keseluruhan berhasil memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi dari para responden, baik dari segi penyampaian informasi maupun kualitas penyajian video. Aspek efektivitas memperoleh nilai tertinggi, yang menunjukkan bahwa video dinilai efektif dalam memperkenalkan Meiji Mura serta menyampaikan informasi mengenai sejarah dan budaya pada masa awal modernisasi Jepang. Selain itu, aspek visual, narasi, dan subtitle juga mendapatkan penilaian yang sangat baik dari responden, sehingga video ini dapat berfungsi sebagai media audiovisual yang informatif dan menarik dalam memperkenalkan destinasi wisata budaya Jepang.

4.1.6 Revisi Produk

Kuesioner yang disebarkan kepada responden memuat pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk memperoleh kritik, saran, serta masukan terhadap video *“Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan”*. Responden dalam penelitian ini terdiri atas mahasiswa dan masyarakat umum yang memiliki ketertarikan terhadap budaya serta wisata Jepang, baik yang pernah maupun belum pernah berkunjung ke Jepang. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai aspek dalam produk video yang masih perlu diperbaiki maupun disempurnakan.

Masukan yang diperoleh dari responden menjadi bagian penting dalam proses evaluasi dan penyempurnaan produk, karena memberikan gambaran langsung mengenai pengalaman penonton saat menyaksikan video. Berdasarkan hasil tersebut, ditemukan beberapa aspek yang memerlukan revisi,

baik dari segi visual, kejelasan informasi, penggunaan subtitle, maupun kualitas narasi dan audio. Revisi ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas akhir video agar lebih efektif sebagai media informasi sekaligus media promosi wisata budaya Jepang. Adapun bentuk kritik, saran, dan perbaikan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

R2 Agaknya terdapat beberapa inkonsistensi mengenai penggunaan huruf kapital di beberapa bagian pada subtitle. Silakan dicek kembali.

R9 Kritik:
Transisi pada video masih terlihat kurang halus sehingga perpindahan antar scene terasa sedikit mendadak dan kurang nyaman dilihat.
Saran:
Membuat transisi yang lebih lembut dan konsisten agar terlihat lebih rapi.

R14 Bisa ditambahkan furigana pada huruf kanji yang ditampilkan di video agar lebih informatif terutama bagi penonton yang sedang belajar huruf jepang.

R15 kritik:
Video sudah informatif dan menarik, tetapi beberapa bagian penjelasan terasa terlalu cepat.
Saran: Tambahkan subtitle dan penjelasan yang lebih detail agar penonton lebih mudah memahami isi video.

R16 Ohiya kalo bisa mark logo dari Undipnya menurutku lebih baik ditaro di bagian awal aja biar keliatan kalo ini untuk Tugas Akhir Undip

R19 volume voice over sudah ok, tapi kalau volume nya bisa lebih besar, lebih ok.

R27 Kritik:

Intonasi Narasi Monoton: Artikulasi suara narator sudah sangat jelas dan calm, tapi intonasinya terlalu datar dari awal sampai akhir. Untuk video berdurasi 9 menit, gaya baca seperti ini bisa membuat penonton mudah bosan atau mengantuk. Kehadiran Audio Latar (BGM): Musik latarnya terlalu pelan dan di beberapa bagian terasa kosong. Kekuatan emosi dan mood video jadi kurang maksimal. Visibilitas Teks/Subtitle: Teks pop-up (seperti ejaan Romaji dan Kanji) muncul agak terlalu cepat. Selain itu, ada beberapa bagian subtitle yang menyatu dengan background terang sehingga sulit dibaca. Credit Title di Akhir: Teks Credit terlalu menumpuk dan ditabrakkan langsung dengan background video jalanan yang bergerak lambat dan ramai. Hasilnya jadi berantakan dan sulit dibaca.

Saran:

Lebih Santai dan Dinamis Saat *Dubbing*: Coba variasikan nada bicara. Beri penekanan (*stressing*) pada fakta-fakta unik di dalam skrip. Anggap sedang menceritakan pengalaman traveling yang seru, bukan sekadar membaca buku teks. Seimbangkan Audio Mixing: Naikkan volume musik latar (BGM) sekitar 10-15% lagi agar lebih terdengar, lalu kecilkan perlahan (*ducking*) saat narator mulai berbicara. Tambahkan Shadow/Outline pada Teks: Agar subtitle dan teks keterangan selalu aman dibaca di background warna apa pun, tambahkan efek drop shadow tipis atau beri kotak transparan (text background/box) di belakang teksnya. Rapikan Bagian Credit: Gunakan background yang lebih gelap (misalnya video jalanan tadi di-blur dan digelapkan) khusus untuk bagian akhir.

R29 keseluruhan video menarik, shoot gambarnya juga sesuai sama scriptnya, tapi karena voice overnya bahasa indonesia, alangkah baiknya untuk subtitle dibuat ke bahasa inggris karena ini menarik bgt buat ditonton.

Tabel 4.6 Kritik dan Saran

Berdasarkan kritik dan saran yang diperoleh dari hasil kuesioner, penulis merangkum beberapa masukan dari responden. Beberapa saran yang diimplementasikan dalam revisi produk berasal dari responden R2, R9, R15, R16, dan R19 yang berkaitan dengan inkonsistensi penggunaan huruf kapital, transisi video yang kurang mulus, durasi tampilan pop-up informasi yang terlalu singkat, penempatan logo universitas yang kurang tepat, serta volume audio yang masih kurang besar. Oleh karena itu, penulis melakukan revisi dengan memperbaiki penggunaan huruf kapital, menyempurnakan transisi video, memperpanjang durasi tampilan pop-up informasi, menyesuaikan penempatan logo universitas, dan meningkatkan volume audio. Sementara itu, saran dari responden R14, R27, dan R29 tidak diimplementasikan karena telah disesuaikan dengan konsep, kebutuhan, dan tujuan pengembangan produk yang telah ditetapkan sebelumnya

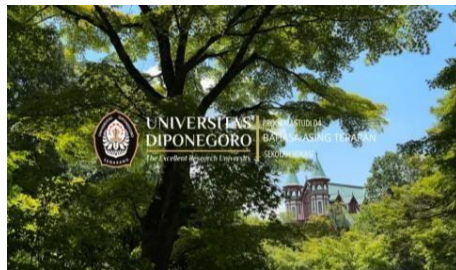


**Gambar 4.8 Sebelum
Revisi Kapitalisasi**



**Gambar 4.9 Sesudah
Revisi Kapitalisasi**

Hasil revisi subtitle dari R2 terkait kapitalisasi penulisan “Era Meiji” yang masih belum konsisten. Setelah melakukan pengecekan kembali, beberapa penulisan subtitle telah direvisi oleh penulis dan partner.

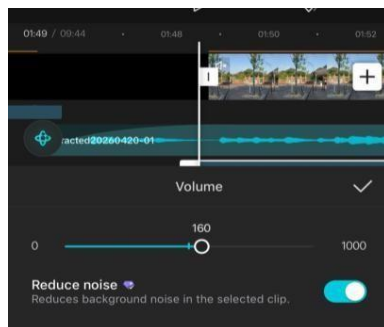


**Gambar 4.10 Sebelum Revisi
Logo Universitas**

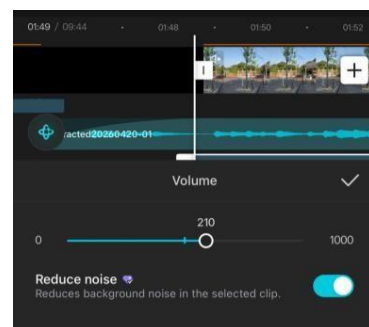


**Gambar 4.11 Sesudah
Revisi Logo Universitas**

Berdasarkan masukan dari R9, peletakan logo Universitas di akhir video membuat video terkesan kurang formal, sehingga telah diubah peletakan logo Universitas yang menyatakan tujuan dan fungsi pembuatan video yaitu untuk memenuhi Tugas Akhir.

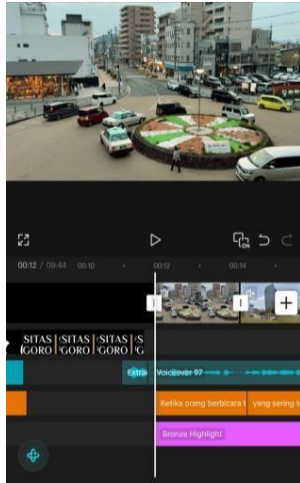


Gambar 4.12 Sebelum Revisi Volume

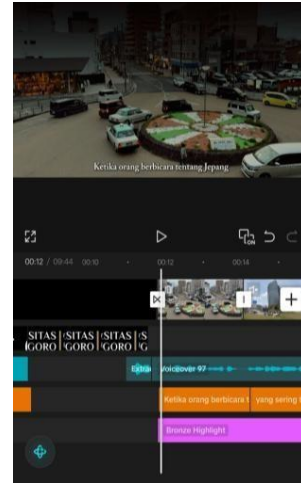


Gambar 4.13 Sesudah Revisi Volume

Berdasarkan masukan dari R15 menyatakan bahwa volume *backsound* dan *voice over* masih terlalu kecil dan lebih baik dibesarkan sedikit. Sehingga volume telah ditingkatkan sebanyak 50% dari 160 ke 210.

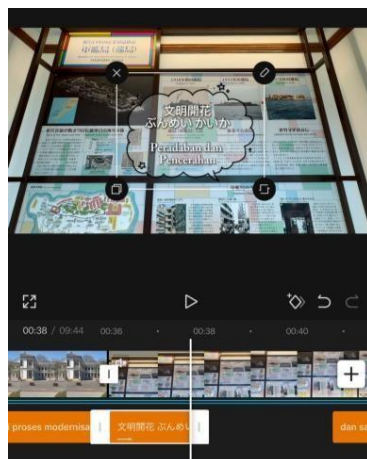


Gambar 4.14 Sebelum Revisi Transisi

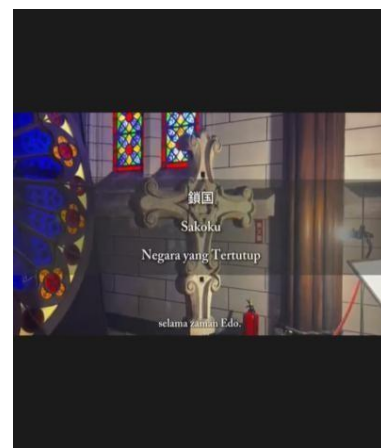


Gambar 4.15 Sesudah Revisi Transisi

Berdasarkan R16, transisi video dikatakan masih kasar dan terkesan mendadak sehingga kami mengikuti masukan R16 dengan menambahkan transisi sederhana pada pergantian *scene* atau segmen agar video lebih nyaman dilihat oleh audiens.



**Gambar 4.16 Sebelum Revisi
Durasi Pop-up**



**Gambar 4.17 Sesudah Revisi
Durasi Pop-up**

Berdasarkan R19 juga mengatakan durasi informasi pop up dan style penulisan kurang lama dan sulit dibaca, sehingga kami mengikuti masukan dari R19 untuk mengubah bentuk pop up dan memperpanjang durasinya.

4.1.7 Revisi Produk Tahap Akhir

Tahap revisi produk akhir merupakan tahap yang penting untuk menyempurnakan produk yang telah dikembangkan berdasarkan hasil evaluasi dan masukan dari responden. Setelah proses revisi selesai dilakukan, produk video informatif mengenai Museum Meiji Mura siap untuk dipublikasikan sebagai media pengenalan sejarah dan budaya Jepang. Tujuan dari tahap revisi ini adalah untuk meningkatkan kualitas penyajian informasi, kenyamanan audiens dalam menonton video, serta memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penonton.

Tampilan produk video pada tahap revisi akhir tidak mengalami perubahan yang signifikan dibandingkan dengan tahap uji coba produk. Namun, terdapat beberapa penyesuaian berdasarkan kritik dan saran yang diterima dari responden, seperti perbaikan penggunaan huruf kapital agar lebih konsisten, penyempurnaan transisi antar *scene* agar terlihat lebih halus, penambahan durasi tampilan *pop-up* informasi sehingga lebih mudah dibaca, penyesuaian penempatan logo universitas agar tampilan video terlihat lebih formal, serta peningkatan volume audio untuk menghasilkan kualitas suara yang lebih jelas. Berbagai perbaikan tersebut dilakukan guna meningkatkan kualitas visual dan audio video sehingga produk akhir dapat memberikan pengalaman menonton yang lebih baik sekaligus menyampaikan informasi mengenai Museum Meiji Mura secara lebih efektif.

4.1.8 Diseminasi dan Implementasi Produk

Tahap akhir dalam penelitian ini adalah diseminasi dan implementasi produk setelah video informatif melalui proses validasi, revisi, dan uji coba kepada responden. Pada tahap ini, produk akhir berupa video informatif tentang Museum Meiji Mura dipublikasikan melalui platform digital sehingga dapat diakses oleh target audiens yang lebih luas. Penyebarluasan produk dilakukan dengan tujuan memperkenalkan Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya di Jepang yang memiliki nilai historis dan daya tarik wisata yang khas, khususnya bagi wisatawan Indonesia yang tertarik mengunjungi Jepang. Sebagai luaran penelitian, video informatif ini juga akan didaftarkan sebagai karya yang memperoleh perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Sertifikat HKI tersebut akan dilampirkan sebagai bukti kepemilikan karya sekaligus bentuk perlindungan terhadap produk yang telah dikembangkan dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Produk yang dikembangkan dalam penelitian ini berupa video informatif mengenai Museum Meiji Mura yang dirancang sebagai media promosi wisata bagi wisatawan Indonesia. Video ini disusun dengan mengutamakan penyampaian informasi yang relevan bagi calon wisatawan, seperti akses menuju lokasi, informasi tiket, fasilitas, rekomendasi waktu kunjungan, serta daya tarik utama yang terdapat di dalam kawasan museum. Berbeda dengan video dokumenter sejarah yang umumnya berfokus pada penjelasan historis secara mendalam, video yang dikembangkan dalam penelitian ini menempatkan informasi wisata sebagai fokus utama dengan tetap menyisipkan konteks sejarah yang mendukung pemahaman audiens terhadap Museum Meiji Mura. Melalui penggunaan narasi berbahasa Indonesia yang didukung visual lokasi secara langsung, video

diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh target audiens.

Dalam penyusunan konten, penulis menyusun alur penyampaian informasi secara sistematis mengikuti urutan pengalaman kunjungan wisata, sehingga audiens dapat memahami informasi secara bertahap mulai dari pengenalan destinasi, akses menuju lokasi, hingga daya tarik utama Museum Meiji Mura. Pendekatan ini dimulai dari pengenalan singkat mengenai Museum Meiji Mura, dilanjutkan dengan informasi akses, tiket, fasilitas, hingga eksplorasi beberapa bangunan utama yang dianggap merepresentasikan perubahan Jepang pada Era Meiji. Fokus konten diarahkan pada *St. Francis Xavier's Cathedral*, *Imperial Hotel*, dan *Japan National Railways Shimbashi Factory Machinery Hall*, karena ketiga bangunan tersebut merepresentasikan aspek penting dalam proses modernisasi Jepang, mulai dari pengaruh budaya Barat, perkembangan arsitektur modern, hingga kemajuan transportasi dan industrialisasi. Dengan demikian, video tidak hanya berfungsi sebagai media promosi wisata, tetapi juga sebagai sarana pengenalan nilai sejarah dan budaya yang terdapat di dalam kawasan museum.

Hasil penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulham (2024) dan Adimas Arya (2025) yang sama-sama memanfaatkan media video sebagai sarana penyampaian informasi kepada audiens. Penelitian Zulham (2024) berfokus pada pengembangan video dokumenter yang mengangkat kehidupan diaspora Jepang di Semarang, sedangkan penelitian Adimas Arya (2025) mengembangkan video promosi destinasi wisata Pasar Sawahan sebagai media branding wisata. Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa media video memiliki potensi yang efektif dalam menyampaikan informasi secara menarik dan komunikatif. Namun, penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda karena tidak hanya berfokus pada aspek dokumentasi maupun promosi destinasi, tetapi juga mengintegrasikan fungsi informatif, edukatif, dan interpretatif melalui penyajian informasi wisata serta penjelasan mengenai nilai sejarah dan budaya Era

Meiji yang direpresentasikan melalui bangunan-bangunan bersejarah di Museum Meiji Mura. Sehingga, video *Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan* dikembangkan sebagai media yang tidak hanya memperkenalkan destinasi wisata kepada wisatawan Indonesia, tetapi juga membantu audiens memahami konteks historis dan proses modernisasi Jepang yang tercermin dalam koleksi arsitektur yang ada di Museum Meiji Mura.

Berdasarkan seluruh tahapan pengembangan yang telah dilakukan, produk video *Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan* berhasil dikembangkan melalui proses yang sistematis yang diawali dengan pengumpulan data dan informasi mengenai Museum Meiji Mura, Era Meiji, media video, dan promosi pariwisata melalui studi pustaka serta observasi. Tahap selanjutnya adalah perencanaan konsep produk yang meliputi penentuan tujuan, target audiens, fokus konten, dan penyusunan alur narasi video. Berdasarkan hasil perencanaan tersebut, dikembangkan produk awal berupa naskah dan konsep video yang kemudian divalidasi oleh ahli untuk memperoleh masukan terkait aspek konten dan penyajian informasi. Masukan yang diperoleh digunakan sebagai dasar revisi produk sebelum dilakukan uji coba kepada responden yang sesuai dengan target audiens. Hasil uji coba menunjukkan bahwa video mampu menyampaikan informasi mengenai Museum Meiji Mura secara informatif dan menarik sehingga dilakukan revisi akhir untuk menyempurnakan produk sebelum tahap diseminasi dan implementasi. Melalui rangkaian tahapan tersebut, video yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi wisata, tetapi juga sebagai media interpretatif yang membantu audiens memahami nilai sejarah dan budaya yang terkandung dalam Museum Meiji Mura sebagai representasi modernisasi Jepang pada Era Meiji.

Selama proses pengembangan produk, terdapat beberapa kendala yang dihadapi penulis. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan dalam menyeimbangkan antara penyampaian informasi wisata dan informasi sejarah.

Museum Meiji Mura memiliki banyak bangunan dan informasi historis yang dapat dibahas, namun tidak seluruhnya dapat dimasukkan ke dalam video karena keterbatasan durasi serta tujuan utama video sebagai media promosi wisata. Selain itu, proses penyusunan narasi juga memerlukan penyesuaian agar informasi yang disampaikan tetap informatif tanpa terkesan terlalu akademis bagi audiens umum. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis melakukan seleksi materi berdasarkan relevansi informasi terhadap kebutuhan target audiens. Fokus konten kemudian diarahkan pada informasi yang paling dibutuhkan calon wisatawan serta beberapa bangunan yang dianggap paling representatif dalam menggambarkan Museum Meiji Mura. Selain itu, proses validasi oleh dosen pembimbing dan praktisi pariwisata turut membantu penulis dalam menyempurnakan isi narasi, gaya penyampaian, serta keterpaduan informasi yang disajikan dalam video. Melalui proses revisi tersebut, produk yang dihasilkan menjadi lebih sesuai dengan tujuan perancangan dan lebih mudah dipahami oleh audiens.

Dengan demikian, hasil pengembangan menunjukkan bahwa video informatif dapat dimanfaatkan sebagai media promosi wisata yang efektif dalam memperkenalkan Museum Meiji Mura kepada wisatawan Indonesia. Melalui penyajian informasi yang terstruktur, didukung narasi yang komunikatif dan visual yang relevan, produk yang dihasilkan mampu memberikan gambaran mengenai destinasi wisata sekaligus memperkenalkan nilai budaya dan sejarah yang terkandung di dalamnya.