

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Gambaran Umum Produk

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebuah produk yang berupa video informatif yang berjudul “Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan”. Video ini berisi penjelasan mengenai informasi museum dan sejarah Jepang di Era Meiji yang berlatar tempat di Museum Meiji Mura, Kota Inuyama, Jepang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian *Research and Development (R&D)* oleh Borg and Gall yang telah disederhanakan menjadi delapan tahapan.

Video informatif ini berdurasi 10.26 menit yang bertujuan untuk mempromosikan destinasi wisata budaya dan sejarah mengenai Era Meiji Jepang. Target audiens dalam proyek ini adalah wisatawan Indonesia, sehingga penyampaian informasi dirancang menggunakan bahasa yang komunikatif, sederhana, dan mudah dipahami. Selain itu, penyertaan subtitle berbahasa Jepang berfungsi sebagai bentuk representasi komunikasi lintas budaya yang dapat memperluas jangkauan penyampaian informasi. Dengan pendekatan tersebut, video ini diharapkan dapat menjadi media promosi yang efektif sekaligus memberikan gambaran awal mengenai Museum Meiji Mura bagi calon wisatawan yang berminat untuk berkunjung.

Pada penelitian ini, kriteria responden yang tepat adalah orang Indonesia yang memiliki ketertarikan dengan wisata Jepang, baik yang sudah pernah berwisata di Jepang maupun belum pernah. Oleh karena itu, dengan adanya dua pembagian orang yang sudah pernah ke Jepang dan belum pernah, penulis dapat mengetahui pandangan mengenai tanggapan responden. Pemilihan target audiens

tersebut didasarkan pada tujuan produk yang dikembangkan, yaitu video informatif Museum Meiji Mura yang dirancang khusus sebagai media promosi dan informasi bagi wisatawan Indonesia. Seluruh isi video menggunakan narasi berbahasa Indonesia dan menyajikan informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan calon wisatawan Indonesia, seperti akses transportasi, biaya tiket, serta fasilitas.

Penggunaan video informatif sebagai media penyajian sejarah di Museum Meiji Mura memiliki relevansi yang kuat dengan perkembangan teknologi komunikasi saat ini. Fokus pada penyuntingan video informatif dipilih karena proses penyuntingan sangat menentukan kualitas penyampaian pesan sejarah. Dengan teknik *editing* yang tepat, informasi dapat disampaikan secara sistematis, menarik, dan mudah dipahami. Selain itu, pemilihan lokasi Museum Meiji Mura juga didasarkan pada pertimbangan praktis, yaitu jarak yang cukup dekat dengan tempat magang penulis. Kedekatan ini memudahkan proses observasi dan pengambilan gambar sehingga produksi video dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien. Kombinasi antara relevansi historis dan kemudahan akses menjadikan lokasi tersebut sangat sesuai untuk penelitian ini.

4.1.2 Tahap Praproduksi

Dalam tahapan ini, penulis dan rekan membuat alur penelitian serta menentukan dan menyiapkan apa saja yang dibutuhkan dalam penelitian yang akan dilakukan ini. Mulai dari menentukan konsep video, identifikasi target audiens, perencanaan format dan gaya penyajian, penyusunan naskah, perencanaan teknis produksi, penentuan lokasi, pembagian tim peran produksi, penjadwalan produksi, dan storyboard.

a. Penentuan Konsep Video

Pada konsep video, penulis menentukan video ini sebagai konten informatif yang menyajikan fakta, wawasan umum, dan informasi menarik mengenai Museum Meiji Mura secara ringkas dan mudah dipahami. Konten ini dibuat untuk memikat perhatian audiens dengan cepat melalui penyampaian yang langsung mengenai inti

informasi. Gaya penyajiannya dirancang dengan santai dan informatif, serta penggunaan bahasa yang mudah agar pesan dapat dipahami oleh berbagai masyarakat. Konsep ini bertujuan untuk memperbaiki daya tarik konten serta efisiensi penyampaian informasi.

b. Identifikasi Target Audiens

Audiens yang dituju oleh video penulis adalah masyarakat umum Indonesia, terutama orang yang tertarik dengan wisata di Jepang serta pengguna media sosial berusia remaja hingga dewasa yang aktif menggunakan platform YouTube.

c. Perencanaan Format dan Gaya penyajian

Video penulis disajikan dalam format YouTube dengan tampilan *landscape*. Penyampaian informasi dilakukan secara rekaman suara dan menambahkan subtitle di dalam video untuk mendukung, serta semi formal dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Visual berfokus pada penyajian sudut pengambilan gambar dari tingkat mata untuk menghasilkan kesan alami dan kedekatan dengan penonton.

d. Penyusunan Naskah

Naskah atau Skrip pada video penulis disusun untuk memandu penyampaian informasi secara singkat dan jelas, alurnya mencakup opening, akses menuju lokasi, informasi tiket, Isi konten meiji mura, hingga closing.

e. Perencanaan Teknis Produksi

Perencanaan teknis produksi dilakukan untuk memastikan kualitas video sesuai konsep. Pada video penulis, hal-hal teknis yang direncanakan meliputi:

1. Kamera: Menggunakan kamera HP dengan sudut *eye level* untuk menciptakan kesan natural dan dekat dengan audiens.

2. Audio rekaman, *background*, dan *sound effect*: Perekaman suara dilakukan di tempat yang sunyi agar tidak ada suara yang mengganggu dan pemilihan *background* penulis mengambil dari Youtube khusus audio yang *free* dari *copyright*. Selain itu, ditambahkan juga *sound effect* untuk mendukung suasana yang alami seperti suara kicauan burung di alam.
3. Format video: Format video berupa *landscape* dengan durasi sekitar 10 menit.
4. Subtitle: Subtitle juga ditambahkan untuk mendukung para audiens agar dapat lebih jelas memahami isi konten video penulis. Selain itu, di dalam konten video penulis terdapat istilah yang menggunakan kata-kata bahasa Jepang, sehingga menggunakan subtitle akan sangat membantu bagi audiens untuk memahami kata istilah tersebut.
5. Properti dan latar: Properti dan latar pada video ini penulis mengunjungi langsung ke Museum Meiji Mura agar audiens dapat merasakan suasana tempat tersebut dan fokus tetap pada penyaji dan informasi yang disampaikan. Perencanaan ini membantu kelancaran produksi dan memastikan konten tersampaikan secara efektif sesuai tujuan.

f. Penentuan Lokasi

Lokasi perekaman dipilih berdasarkan jangkauan jarak, keefektifan dan kelengkapan fasilitas pendukung. Pemilihan lokasi ini bertujuan mendukung kualitas visual dan penyampaian informasi secara efektif. Dengan memilih tempat Museum Meiji Mura sebagai latar pengambilan video, penulis juga dapat mengumpulkan informasiinformasi secara langsung mengenai era meiji sehingga dapat dicantumkan pada isi konten agar lebih informatif dan sesuai fakta. Selain itu, terdapat *guide map* atau peta Museum Meiji Mura yang dapat penulis manfaatkan sebagai properti untuk menentukan

alur konten secara sistematis sehingga alur video berjalan sesuai narasi.



Gambar 4. 1 Peta Museum Meiji Mura

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

g. Pembagian Tim Peran Produksi

Dalam produksi konten, setiap anggota tim memiliki tugas spesifik untuk memastikan proses berjalan lancar. Pada video penulis, pembagian peran meliputi:

1. Narator: Membuat narasi atau menyampaikan informasi secara jelas dan menarik, serta membantu editor untuk pengambilan rekaman video dari sudut yang berbeda dan pengambilan rekaman suara.
2. Editor: Menyunting video, audio sesuai konsep, dan menjaga alur konten tetap padat. Editor sekaligus menjadi kameramen yang mengatur framing dan fokus visual.

h. Penjadwalan Produksi

Penjadwalan produksi dilakukan untuk memastikan proses perekaman berjalan efektif dan efisien. Penjadwalan ini bertujuan agar setiap tahap produksi terkoordinasi dengan baik, mengurangi hambatan, dan menghasilkan konten sesuai konsep yang telah ditentukan. Pada video penulis, jadwal mencakup:

1. Persiapan peralatan: Memastikan kamera HP, audio, dan properti siap sebelum perekaman.
2. Perekaman: Menentukan waktu pengambilan gambar sesuai ketersediaan penyaji dan kru.
3. Pemeriksaan ulang: Meninjau hasil rekaman sebelum proses editing.
4. Editing dan finalisasi: Menyunting video dan memastikan kualitas audio-visual optimal.

i. Storyboard

SCENE	DURASI	VISUAL	KETERANGAN
(Opening) Visual awal: Menunjukkan pemandangan gedunggedung di Kota Taoyuan dari atas. Visual akhir: Menunjukkan pemandangan sebuah kota besar dari sudut pandang <i>eye level</i>.	18 Detik	Visual awal:  Visual akhir: 	Penulis mengambil referensi salah satu <i>scene</i> di video yang berjudul “ZHONGLI NIGHT MARKET #15” milik RIA SW dari platform Youtube untuk dijadikan sebagai referensi <i>scene</i> opening di video penulis.
(Opening)	8 Detik	Visual awal:	Penulis mengambil

Visual awal: Pemandangan bangunan dari sebuah destinasi wisata. Visual akhir: Pemandangan dari salah satu bangunan yang ada di Museum Meiji Mura.		 Visual akhir: 	referensi salah satu <i>scene</i> dari video “PERJUANGAN! Demi lihat GUNUNG FUJI, Chuureito” milik Diera Nathania dari platform Youtube. Visual awal menjadi referensi pada salah satu <i>scene</i> di video penulis.
(Akses menuju lokasi) Visual awal: Menunjukkan papan jadwal keberangkatan dan tempat tujuan kereta <i>shinkansen</i>. Visual akhir: Menunjukkan papan nama tujuan tempat di halte bus.	11 Detik	Visual awal:  Visual akhir: 	Penulis mengambil salah satu <i>scene</i> dari video “HELLO SHIZUOKA #11” milik RIA SW. Visual awal menunjukkan informasi keberangkatan kereta <i>shinkansen</i>, <i>scene</i> tersebut dapat dijadikan referensi untuk <i>scene</i> di segmen akses menuju lokasi pada video penulis.
(Akses menuju lokasi) Visual awal: Memperlihatkan pemandangan perjalanan dari luar <i>shinkansen</i>.	10 Detik	Visual awal:  Visual akhir:	Pada <i>scene</i> di video “HELLO SHIZUOKA #11” milik RIA SW, penulis mengambil referensi <i>scene</i> visual awal

Visual Akhir: Memperlihatkan pemandangan sekitar selama perjalanan menuju Museum.		 Sepanjang perjalanan menuju museum, pemandangan perlahan berubah	tersebut untuk referensi di segmen akses menuju lokasi mengenai pemandangan perjalanan sekitar selama menuju tempat tujuan.
(Informasi Tiket) Visual awal: Memperlihatkan papan informasi mengenai tiket dari suatu tempat wisata. Visual akhir: Memperlihatkan papan harga tiket.		Visual awal:  Visual akhir: 	Penulis mengambil referensi salah satu <i>scene</i> dari video “THE HIDDEN TSUKEMEN IN NARA #07” milik RIA SW yang menunjukkan papan informasi tiket untuk dijadikan referensi <i>scene</i> di segmen informasi tiket pada video penulis.
(Isi) Visual awal: Menunjukkan salah satu monumen yang ada di tempat mengenang korban Bom Hiroshima.	43 Detik	Visual awal:  Visual akhir:	Penulis mengambil referensi salah satu <i>scene</i> di video yang berjudul “Tempat Ini Bikin Speechless... Waseda Boys Trip #11” milik Nihonggo Mantappu yang

Visual akhir: Menunjukkan beberapa interior 35 edung yang ada di Museum.		 Museum Meiji Mura adalah	menunjukkan salah satu monumen dan sambil menjelaskan isi konten, <i>scene</i> tersebut menjadi referensi pada visual akhir pada video penulis di segmen isi.
(Isi) Visual awal: Menunjukkan salah satu barang/patung yang ada di tempat wisata. Visual akhir: Memperlihatkan salah satu barang ikonik yang ada di Museum Meiji Mura.	10 Detik	Visual awal:  paling sebelah kanan itu adalah dewa Horaki kalau gua enggak salah namanya Visual akhir:  keberadaan kaca patri bergaya Eropa yang masih dipertahankan	Penulis mengambil referensi salah satu <i>scene</i> di video yang berjudul “3000thn lalu tapi CANGGIH BANGET!!” milik Diera Nathania. Scene pada video tersebut menjadi referensi di segmen isi dibagian penjelasan salah satu barang penting yang ada di Museum Meiji Mura.
(Closing) Visual awal: Berjalan di antara <i>torii gate</i>. Visual akhir:	6 Detik	Visual awal:  tempat ini dinamakan Chidori dan penutuhannya Visual akhir:	Penulis mengambil referensi salah satu <i>scene</i> di video yang berjudul “MENGGI LA DI KYOTO #06”

Berjalan di koridor salah satu gedung museum.			milik RIA SW untuk dijadikan sebagai referensi <i>scene closing</i> di video penulis
(Closing) Visual awal: Memperllihatkan pemandangan saat closing. Visual akhir: Footage acak (dalam museum dan di luar museum) yang sudah ditentukan untuk di bagian closing.	25 Detik	Visual awal:  Visual akhir: 	Penulis mengambil referensi salah satu scene di video yang berjudul “WASEDABOYS MAKAN DI HAKODATE FISH MARKET & NEMU TAMAN SAKURA TERBAGUS DI JEPANG! WB COMEBACK TRIP #2” milik Mantappu dijadikan Nihonggo untuk sebagai referensi <i>scene closing</i> di video penulis.

Tabel 4. 1 Storyboard

4.1.3 Tahap Produksi

Tahap ini adalah proses mengembangkan ide dari tahap perencanaan menjadi video nyata. Pada tahap ini, semua persiapan yang sudah dilakukan sebelumnya, seperti naskah, latar lokasi, hingga peralatan rekaman, mulai diwujudkan menjadi adegan-adegan yang dapat direkam. Tahap produksi mencakup beberapa kegiatan penting, antara lain pengambilan gambar atau *shooting*, yang

merupakan proses merekam semua adegan sesuai naskah. Dalam tahap ini, posisi kamera, pencahayaan, dan kualitas audio sangat diperhatikan agar hasil rekaman terlihat profesional dan sesuai konsep video. Selain itu, kameramen juga melakukan monitoring dan review hasil rekaman untuk memastikan kualitas setiap adegan. Dalam tahap ini, penulis pun menambahkan tiga pilihan bangunan utama yang ada di Museum Meiji Mura yang mempresentasikan bangunan pada masa Meiji sebagai fokus visual dan naratif.

1. Pengambilan Gambar

Pada tahap ini, penulis melakukan pengambilan gambar sesuai pada narasi agar menyesuaikan antara visual pengambilan gambar dan isi narasinya.

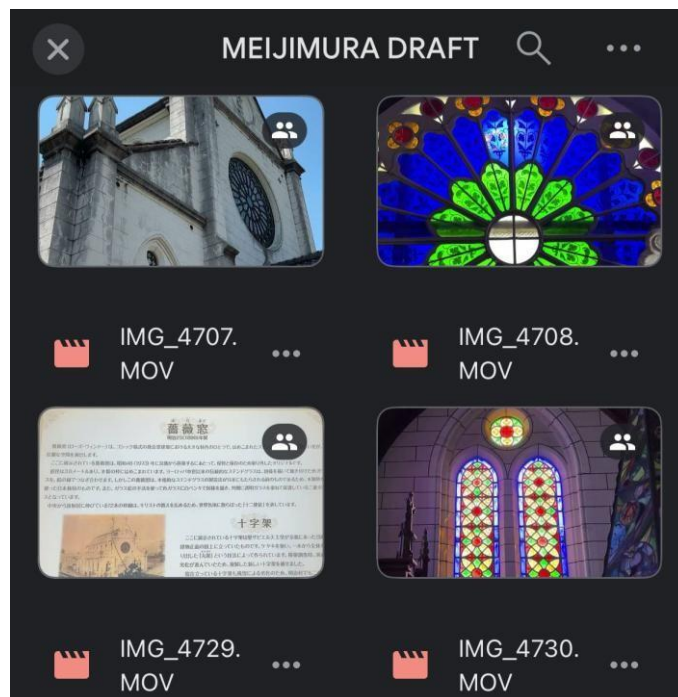


Gambar 4. 2 Kastil Inuyama

Pada gambar tersebut terlihat adanya bangunan Kastil Inuyama dengan subtitle yang tertulis “*Inuyama adalah sebuah kota kecil yang tenang di Prefektur Aichi*” dan secara tidak langsung penulis menunjukkan salah satu tempat ikonik yang ada di Kota Inuyama adalah Kastil Inuyama. Dengan demikian, penulis memberikan informasi kepada audiens mengenai gambaran dari Kota Inuyama di Prefektur Aichi.

2. Review Hasil Rekaman

Saat setelah pengambilan gambar, penulis melakukan *review* ulang hasil pengambilan gambar dan memasukkan ke *google drive* untuk dipisahkan mana *footage* yang baik untuk dipakai dan mana *footage* yang kurang cocok untuk dipakai. Dengan demikian, tahap ini memudahkan penulis untuk melanjutkan proses ke tahap penyuntingan.



Gambar 4. 3 Draft footage

3. Fokus Visual Museum Meiji Mura

- **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.

- **Imperial Hotel**, dirancang oleh arsitek terkenal Frank Lloyd Wright. Bangunan ini merepresentasikan perkembangan arsitektur modern yang menggabungkan konsep Barat dengan adaptasi terhadap lingkungan Jepang.
- **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.

4.1.4 Tahap Pascaproduksi

Pada tahap pascaproduksi, dilakukan berbagai kegiatan seperti penyuntingan video dan audio, pengisian voice narasi, penambahan filter khusus, serta evaluasi terhadap hasil akhir produksi untuk memastikan kualitas konten sebelum dipublikasikan (Maulania & Suwanda, 2025). Pasca produksi pada video penulis merupakan tahap penyempurnaan materi video yang telah direkam sebelumnya. Pada tahap ini, editor melakukan proses penyuntingan video dan audio untuk memastikan kesesuaian antara naskah, visual, dan alur informasi yang ingin disampaikan. Proses penyuntingan dilakukan dengan prinsip kesederhanaan visual, namun tetap mengutamakan kejelasan informasi. Selain pengolahan visual, pada tahap pasca produksi juga dilakukan penambahan elemen pendukung seperti Voice Over, subtitle, transisi, pop-up informatif yang membantu memperjelas pesan. Seluruh komponen tersebut diselaraskan agar ritme tayangan tetap dinamis dan mudah dipahami oleh audiens.

Hasil dari proyek perancangan ini berupa video informatif berdurasi sekitar 10.26 menit yang menyajikan informasi tentang Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya dan sejarah yang menarik. Video ini disusun dengan

memadukan elemen naratif dan visual sehingga informasi dapat tersampaikan secara terstruktur sekaligus membangun ketertarikan penonton. Secara garis besar, video menghadirkan perpaduan antara informasi praktis, seperti cara akses dan harga tiket, dengan penjelajahan visual berbagai area museum.

1. Aplikasi Editing

Pada tahap editing, penulis menggunakan aplikasi CapCut untuk mengedit video konten karena aplikasi ini memudahkan proses pengolahan video secara cepat dan praktis, sehingga sangat membantu dalam menyusun hasil penelitian agar lebih rapi, jelas, dan mudah dipahami oleh penonton, selain itu CapCut juga menyediakan berbagai fitur seperti penambahan teks, subtitle, pemotongan video, penyisipan gambar atau grafik pendukung, serta pengaturan transisi yang membuat penyampaian data penelitian menjadi lebih terstruktur dan tidak membosankan, di samping itu penggunaan CapCut juga dipilih karena sifatnya yang mudah diakses, gratis, dan dapat digunakan di perangkat ponsel tanpa memerlukan kemampuan teknis yang tinggi atau perangkat komputer yang mahal, sehingga cocok digunakan oleh pelajar atau peneliti pemula yang ingin menyajikan hasil penelitian dengan tampilan yang lebih profesional namun tetap sederhana dan efisien. Namun, penulis tetap membeli atau berlangganan dengan fitur Pro agar fitur yang tidak gratis tetap bisa dipakai, seperti fitur menjernihkan suara rekaman.

2. Pemilihan Font Subtitle

Memilih font yang tepat sangat penting dalam pembuatan video informatif karena jenis font yang digunakan dapat mempengaruhi tingkat keterbacaan, kenyamanan penonton saat membaca teks, serta efektivitas penyampaian informasi yang ingin disampaikan. Selain itu, pemilihan font yang tepat juga dapat memperkuat kesan profesional, meningkatkan daya tarik visual, membangun identitas atau karakter video, serta menciptakan keselarasan antara isi, desain, dan

tujuan komunikasi sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih efektif oleh audiens.

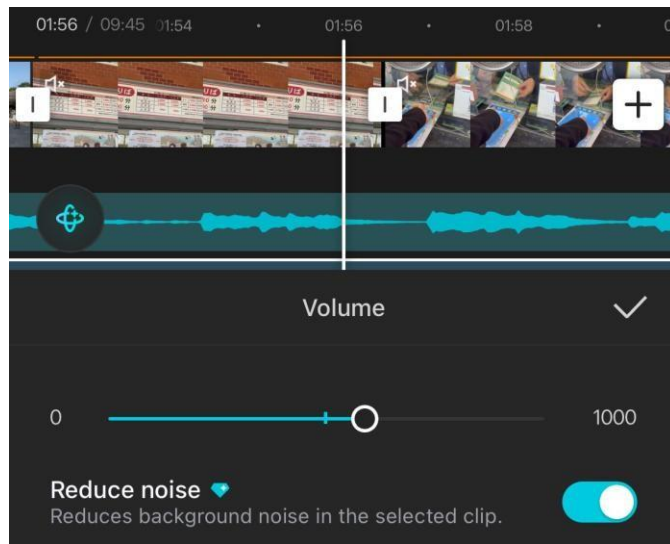
Penulis memilih Font “Caslon” pada aplikasi CapCut karena font tersebut terlihat semi-formal sesuai dengan konsep video yang penulis buat. Selain itu, font tersebut terlihat mudah untuk dibaca oleh semua kalangan dan penulis tambahkan sedikit effect “ART” pada font untuk menambahkan effect latar belakang hitam yang bikin makin mudah terbaca sehingga subtitle terlihat lebih jelas.



Gambar 4. 4 Font pada video

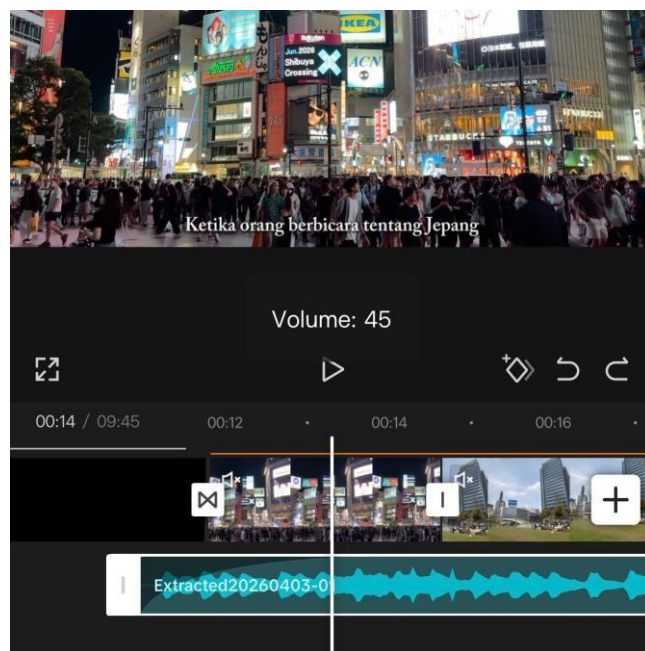
3. Pengaturan Audio

Di tahap pengaturan audio ini, penulis mengatur audio narasi dari 200% hingga sekitar 210% karena perekaman suara dilakukan dengan mikrofon yang bukan dengan mikrofon *budget* besar. Dengan demikian suara audio dalam pengeditan butuh dibesarkan sehingga tidak terganggu oleh suara *background* pada video. Selain itu, karena penulis membeli CapCut Pro penulis dapat menggunakan fitur *Reduce Noise* untuk mengurangi adanya suara-suara kecil yang tidak diperlukan.



Gambar 4. 5 Pengaturan audio pada voice over

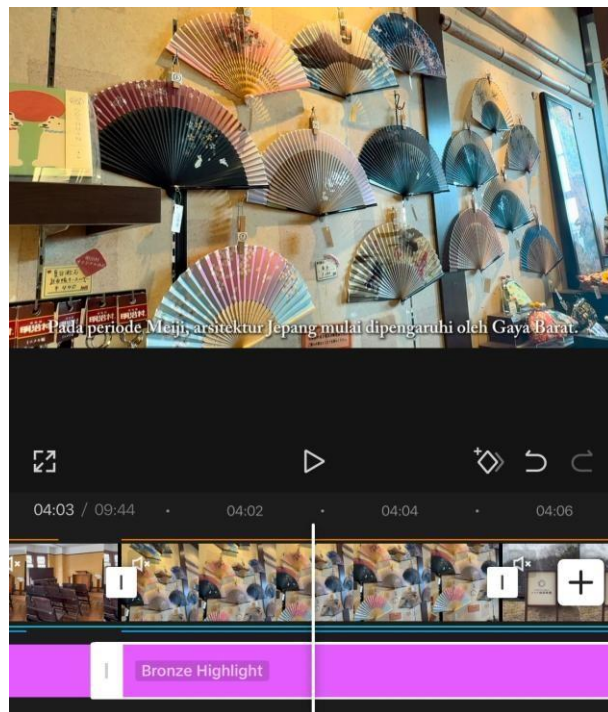
Adapun pengaturan audio pada *background*, penulis mengatur *volume background* dengan mengurangi hingga 45% agar tidak menutupi suara *voice over* namun *background* tetap terdengar dan membuat video tetap hidup.



Gambar 4. 6 Pengaturan audio pada background

4. Filter pada Video

Video informatif sering menggunakan filter karena filter dapat membantu meningkatkan kualitas visual, membuat tampilan video lebih menarik dan nyaman ditonton, memperjelas objek atau informasi yang sedang dijelaskan, serta menarik perhatian audiens. Pada tahap pemilihan filter, penulis menambahkan filter “Bronze Highlight” pada aplikasi CapCut karena warna filter dan nuansa pada video sangat cocok sehingga video informatif terlihat tidak membosankan dengan ditambahkan filter tersebut. Selain itu, filter ini memberikan nuansa warna yang hangat, meningkatkan pencahayaan dan detail video, serta membuat hasil video terlihat lebih estetik, menarik, dan profesional.



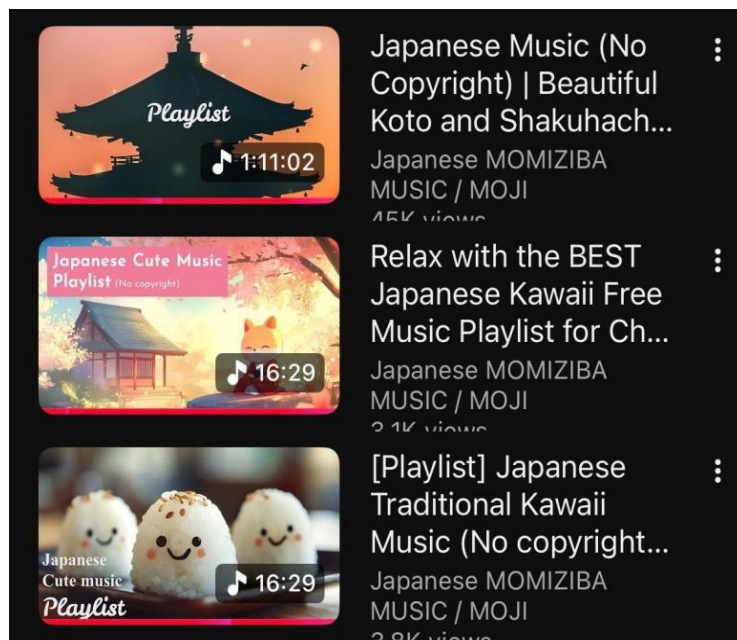
Gambar 4. 7 Filter pada video

5. Pemilihan Backsound

Video informatif perlu menggunakan *backsound* karena keberadaan musik latar dapat membantu menciptakan suasana yang lebih menarik, menjaga fokus dan perhatian penonton selama video berlangsung, serta membuat penyampaian

informasi terasa lebih hidup dibandingkan jika hanya berisi suara narator tanpa iringan apa pun. Selain itu, *background* yang dipilih dengan tepat dapat memperkuat emosi dan pesan yang ingin disampaikan, mengurangi kesan monoton, mengisi jeda-jeda yang mungkin membuat penonton kehilangan minat, serta meningkatkan kualitas dan profesionalitas video secara keseluruhan sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima, dipahami, dan diingat oleh penonton hingga akhir tayangan.

Dalam video ini, penulis menyesuaikan antara nuansa pada isi konten yang berkaitan dengan Jepang pada zaman dahulu dan musik tradisional Jepang, dengan itu penulis memilih *background* yang bernuansa tradisional Jepang supaya suasana pada video terasa lebih hidup. Penulis memilih *background* yang bebas *copyright* dari platform Youtube dan tetap akan menaruh *credit background* di akhir video sebagai menghargai pemilik musik tersebut.



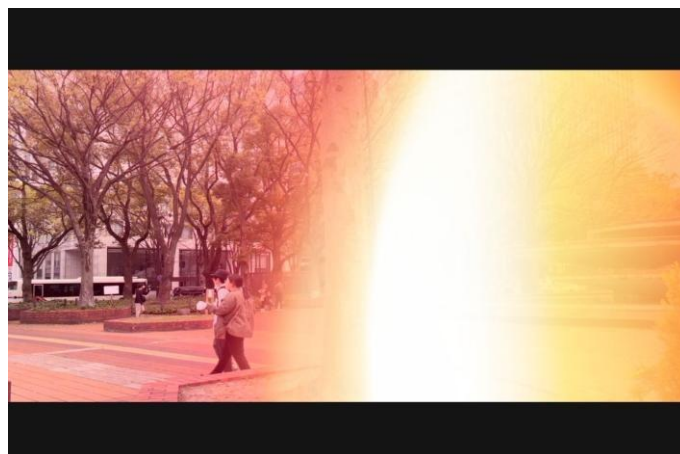
Gambar 4. 8 Pemilihan background video

6. Transisi pada video

Fungsi transisi pada video adalah untuk menghubungkan satu adegan dengan adegan lainnya sehingga perpindahan antar bagian terlihat lebih halus, teratur, dan mudah diikuti oleh penonton. Selain itu, transisi juga berperan dalam menjaga alur cerita, mengatur ritme penyampaian informasi, serta membantu menegaskan perubahan waktu, lokasi, atau topik yang dibahas dalam video.

Dalam konteks video promosi wisata, penggunaan transisi yang tepat dapat meningkatkan kualitas visual, mempertahankan perhatian audiens, dan menciptakan pengalaman menonton yang lebih menarik. Dengan demikian, informasi yang disampaikan dapat diterima secara lebih efektif tanpa terkesan terputus-putus atau membingungkan.

Pada proyek ini, penulis menggunakan transisi “Candle Flame” pada aplikasi CapCut, karena efek transisi, filter, dan nuansa pada video terlihat cocok sehingga nyaman dipandang.



Gambar 4. 9 Transisi pada video

7. Pop-up informatif

Dalam video informatif, pop-up juga berperan untuk menekankan poin-poin penting, meningkatkan daya tarik visual, serta membantu penonton mengingat

informasi yang disampaikan. Selain itu, penggunaan pop-up dapat memperjelas narasi sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens.



Gambar 4. 10 Pop-up informatif

8. Voice Over

Voice over digunakan sebagai komponen utama dalam penyampaian informasi pada video. Pengisian narasi dilakukan menggunakan bahasa Indonesia untuk menyesuaikan dengan karakteristik target audiens, yaitu wisatawan Indonesia. Materi narasi disusun berdasarkan pada naskah yang telah dirancang sebelumnya, sehingga informasi dapat disampaikan secara sistematis, jelas, dan mudah dipahami oleh audiens.

4.1.5 Validasi Produk

Setelah proses pembuatan video selesai, dilakukan uji validasi produk tahap pertama untuk menilai kesesuaian isi materi serta kualitas penyampaian informasi dalam video yang telah dikembangkan. Tahap validasi ini bertujuan untuk memperoleh umpan balik awal yang dapat digunakan sebagai dasar dalam proses revisi dan penyempurnaan produk sebelum memasuki tahap berikutnya. Kegiatan validasi melibatkan dua validator yang memiliki kompetensi dan pengalaman yang relevan dengan perancangan video, yaitu Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si. sebagai dosen pembimbing dan Andre Risky Pradana sebagai anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia.

Penilaian pada tahap validasi difokuskan pada dua aspek utama, yaitu aspek konten video dan aspek subtitle. Aspek konten mencakup sistematika penyampaian informasi, relevansi materi yang disajikan, kesesuaian elemen visual dengan tujuan promosi wisata, serta efektivitas video dalam memperkenalkan Museum Meiji Mura kepada audiens sasaran. Sementara itu, aspek subtitle meliputi kejelasan informasi yang disampaikan melalui subtitle dan proses penyuntingannya, ketepatan penggunaan bahasa, keselarasan antara voice over dan visual, serta penyajian kosakata bahasa Jepang dalam subtitle sebagai pendukung komunikasi audio visual.

Gambar 4. 11 Form validasi produk (1)

Gambar 4. 12 Form validasi produk (2)

Berdasarkan aspek konten, kedua validator menilai bahwa video yang dirancang telah memiliki alur penyampaian yang terstruktur dan informatif. Informasi yang disajikan dinilai mampu memberikan gambaran umum mengenai Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya sekaligus menampilkan daya tarik visual yang mendukung tujuan promosi. Pemilihan materi konten, seperti informasi akses menuju lokasi, informasi wisata, serta eksplorasi bangunanbangunan utama, juga dianggap sesuai dengan kebutuhan audiens, terutama wisatawan Indonesia yang belum mengenal museum tersebut secara mendalam.

Namun, validator memberikan beberapa masukan untuk meningkatkan kualitas video, antara lain menyamakan kualitas suara pada beberapa bagian agar lebih nyaman didengar, penggunaan gaya penyampaian yang lebih santai dan natural, serta penambahan informasi mengenai sejarah museum dan barang unik yang menjadi karakteristik khas Museum Meiji Mura.

Pada aspek subtitle, validator menilai bahwa penggunaan voice over berbahasa Indonesia telah cukup komunikatif dan mudah dipahami oleh audiens. Narasi yang disampaikan dinilai mampu mendukung tampilan visual sekaligus membantu penonton memahami konteks informasi secara lebih jelas. Penggunaan beberapa istilah dalam bahasa Jepang juga dianggap memberikan nilai tambah karena dapat memperkuat nuansa lokal dan memperkaya konteks budaya yang ingin ditampilkan dalam video. Selain itu, keberadaan subtitle dinilai efektif dalam mendukung penyampaian informasi serta memperkuat identitas audio visual video. Meskipun demikian, validator menyarankan agar sinkronisasi antara subtitle dan voice over diperhatikan secara lebih cermat guna menjaga kenyamanan keterbacaan teks, serta menambahkan bagian credits pada akhir video sebagai pelengkap informasi produksi.

4.1.6 Uji Coba Produk

Setelah seluruh revisi yang didasarkan pada hasil validasi tahap pertama selesai dilakukan, tahap berikutnya adalah uji coba produk. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas video dalam menyampaikan informasi serta kemampuannya dalam meningkatkan minat audiens terhadap Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya. Uji coba melibatkan responden yang memiliki ketertarikan terhadap wisata Jepang, baik yang belum pernah mengunjungi Jepang maupun yang telah memiliki pengalaman berwisata ke Jepang. Pemilihan responden dengan latar belakang yang berbeda dilakukan untuk memperoleh berbagai perspektif mengenai relevansi informasi yang disampaikan, daya tarik visual video, serta efektivitasnya dalam memberikan gambaran mengenai destinasi kepada calon wisatawan.

Responden	Jumlah
Wisatawan Indonesia yang belum pernah berwisata ke Jepang	22
Wisatawan Indonesia yang sudah pernah berwisata ke Jepang	10
TOTAL	32

Tabel 4. 2 Jumlah responden uji coba produk

Untuk mengetahui respons audiens terhadap produk yang sudah dikembangkan, penulis menyusun kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan terstruktur. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup aspek kualitas visual, kejelasan informasi dan narasi, kesesuaian subtitle, hingga efektivitas video dalam menyampaikan informasi terkait wisata. Kuesioner ini digunakan sebagai instrumen evaluasi untuk mengukur sejauh mana video informatif yang dikembangkan mampu menjalankan fungsinya sebagai media promosi wisata sekaligus sarana penyampaian informasi mengenai Museum Meiji Mura.

Sebelum mengisi kuesioner, responden terlebih dahulu diminta untuk menonton video yang telah diproduksi. Responden yang terlibat dalam uji coba merupakan individu yang memiliki ketertarikan terhadap wisata Jepang, baik yang belum pernah maupun yang sudah pernah berkunjung ke Jepang. Selain itu, seluruh responden belum pernah mengunjungi Museum Meiji Mura secara langsung, sehingga penilaian yang diberikan dapat mencerminkan efektivitas video dalam memperkenalkan destinasi tersebut kepada audiens yang masih baru mengenalnya. Pelaksanaan uji coba dilakukan dengan membagikan tautan video kepada responden, yang kemudian diminta memberikan penilaian berdasarkan pengalaman menonton serta pemahaman informasi yang mereka peroleh dari video tersebut.

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

Tabel 4. 3 Hasil kuesioner dari skala likert

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 32 responden mengenai video informatif berjudul “*Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan*”, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,55 dari skala maksimum 5,0. Nilai tersebut termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Adapun rata-rata skor pada setiap

aspek yang dinilai meliputi aspek visual sebesar 4,51, aspek informasi dan narasi sebesar 4,52, aspek subtitle sebesar 4,50, serta aspek efektivitas sebesar 4,68.

Hasil penilaian tersebut menunjukkan bahwa video yang dikembangkan memperoleh respons yang sangat positif dari para responden. Tingginya nilai rata-rata yang diperoleh mengindikasikan bahwa video mampu menyampaikan informasi dengan baik sekaligus menghadirkan kualitas penyajian yang memuaskan. Aspek efektivitas memperoleh skor tertinggi dibandingkan aspek lainnya, yang menunjukkan bahwa video dinilai berhasil dalam memperkenalkan Museum Meiji Mura serta menyampaikan informasi mengenai sejarah dan budaya Jepang pada masa awal modernisasi secara efektif. Sementara itu, aspek visual, informasi dan narasi, serta subtitle juga memperoleh penilaian yang sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa video ini mampu berfungsi sebagai media audiovisual yang informatif, menarik, dan efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata budaya Jepang kepada audiens.

4.1.7 Revisi Produk

Kuesioner yang dibagikan kepada responden juga memuat pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk mengumpulkan kritik, saran, dan masukan terkait video *“Meiji Mura: Remnants of Early Modern Japan”*. Melalui pertanyaan tersebut, responden diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat secara lebih mendalam mengenai kualitas konten, penyajian informasi, maupun aspek teknis video yang telah dikembangkan. Responden dalam penelitian ini terdiri atas mahasiswa dan masyarakat umum yang memiliki minat terhadap budaya dan wisata Jepang, baik yang telah maupun yang belum pernah berkunjung ke Jepang. Keberagaman latar belakang responden tersebut diharapkan dapat memberikan masukan yang lebih komprehensif dalam menilai efektivitas video sebagai media informasi dan promosi wisata. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai aspek dalam produk video yang masih perlu diperbaiki maupun disempurnakan.

Masukan yang diberikan oleh responden menjadi komponen penting dalam proses evaluasi dan penyempurnaan produk, karena mencerminkan pengalaman langsung penonton saat menyaksikan video. Berdasarkan hasil tersebut, ditemukan beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki, baik dari sisi visual, kejelasan informasi, penggunaan subtitle, maupun kualitas narasi dan audio. Perbaikan ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan kualitas akhir video agar lebih optimal sebagai media penyampaian informasi sekaligus sarana promosi wisata budaya Jepang.

Berdasarkan kritik dan saran yang diperoleh melalui kuesioner, penulis merangkum sejumlah masukan dari responden. Beberapa saran yang kemudian diimplementasikan dalam proses revisi berasal dari responden R5, R14, R21, dan R27, yang mencakup keselarasan filter, penambahan *furigana* pada elemen *pop-up*, serta keselarasan font kredit dengan *background*. Menindaklanjuti hal tersebut, dilakukan perbaikan berupa penambahan filter yang cocok agar nyaman dipandang, menambahkan *furigana* agar lebih informatif, serta menurunkan saturasi *background* pada bagian kredit.

Sementara itu, saran dari responden R7, R28, dan R29 tidak diterapkan karena telah disesuaikan dengan konsep, kebutuhan, serta tujuan pengembangan produk yang telah ditetapkan sebelumnya.

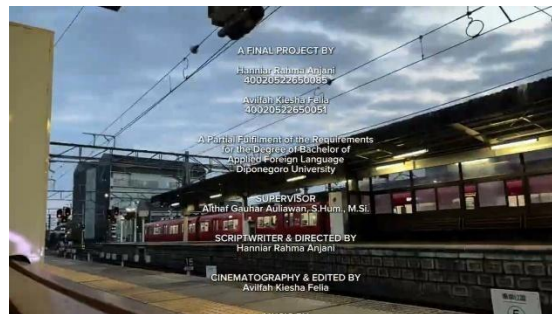


Gambar 4. 13 Sebelum revisi filter



Gambar 4. 14 Sesudah revisi filter

Hasil revisi dari R5 dan R21 terkait saran penambahan filter dan selaraskan filter. Setelah melakukan pemilihan filter yang cocok, filter telah direvisi oleh penulis dan partner.



Gambar 4. 15 Sebelum revisi saturasi background



Gambar 4. 16 Sesudah revisi saturasi background

Berdasarkan masukan dari R27 terkait teks kredit yang bertabrakkan dengan *background*, penulis sudah merevisi dengan mengatur saturasi agar lebih rapih dan tidak bertabrakkan oleh kredit yang berjalan ke arah atas.



Gambar 4. 17 Sebelum revisi penambahan furigana



Gambar 4. 18 Sesudah revisi penambahan furigana

Berdasarkan masukan dari R14, pada elemen *pop-up* bisa ditambahkan dengan *furigana* agar lebih informatif. Setelah diskusi dengan partner, penulis merevisi untuk menambahkan *furigana* agar sesuai dengan tujuan pada proyek ini yaitu memberikan video yang informatif serta menarik.

4.1.8 Diseminasi dan Implementasi Produk

Tahap akhir dalam penelitian ini adalah diseminasi dan implementasi produk setelah video informatif melewati proses validasi, revisi, dan uji coba kepada responden. Pada tahap ini, produk akhir berupa video informatif mengenai Museum Meiji Mura dipublikasikan melalui platform digital agar dapat diakses oleh target audiens yang lebih luas. Penyebarluasan produk tersebut bertujuan untuk

memperkenalkan Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya di Jepang yang memiliki nilai historis serta daya tarik yang khas, khususnya bagi wisatawan Indonesia yang berminat berkunjung ke Jepang. Sebagai luaran penelitian, video informatif ini juga didaftarkan untuk memperoleh perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Sertifikat HKI tersebut akan dilampirkan sebagai bukti kepemilikan karya sekaligus bentuk perlindungan terhadap produk yang dihasilkan 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 tersebut disusun dengan menitikberatkan pada penyampaian informasi yang relevan bagi calon wisatawan, seperti akses menuju lokasi, informasi tiket, fasilitas, rekomendasi waktu kunjungan, serta daya tarik utama yang terdapat di kawasan museum. Berbeda dengan video promosi tempat yang umumnya hanya berfokus pada penjelasan fasilitas dari tempat tersebut, contohnya pada video produk terdahulu yang berjudul “Rasa, Rupa, Rawuh: *Savoring the Scenery and Soul of Pasar Sawahan*” oleh Adimas Arya (2025). Sedangkan, video penulis lebih menekankan pada informasi wisata dengan tetap menyertakan konteks sejarah sebagai pendukung pemahaman audiens terhadap Museum Meiji Mura. Melalui penggunaan narasi berbahasa Indonesia yang didukung visual lokasi secara langsung, video ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh target audiens.

Proses pembuatan video ini diawali dengan tahap perencanaan yang meliputi penyusunan konsep video informatif tentang Museum Meiji Mura, identifikasi target audiens, penentuan format dan gaya penyajian, penyusunan naskah, serta perencanaan teknis produksi seperti pengaturan peralatan, lokasi, pembagian peran tim, jadwal produksi, dan storyboard. Video dirancang dengan gaya informatif-santai yang menyasar masyarakat umum, khususnya pengguna media sosial, dengan penyampaian berbasis narasi, visual langsung di lokasi, serta penggunaan subtitle agar informasi lebih mudah dipahami. Selanjutnya, tahap

produksi dilakukan melalui pengambilan gambar langsung di Museum Meiji Mura dengan memperhatikan kualitas visual, audio, dan kesesuaian dengan naskah. Proses kemudian dilanjutkan ke tahap pascaproduksi yang mencakup penyuntingan video dan audio, penambahan voice over, subtitle, transisi, serta elemen pendukung lainnya menggunakan aplikasi CapCut hingga menghasilkan video informatif berdurasi sekitar 10.26 menit yang memadukan informasi praktis dan visual eksploratif secara terstruktur dan menarik.

Selama proses pengembangan produk, penulis menghadapi beberapa kendala. Salah satu kendala utama adalah kesulitan untuk merekam suara untuk narasi dikarenakan keterbatasan *budget* untuk membeli mikrofon yang proper. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis membeli CapCut Pro yang juga menyediakan fitur meredakan suara yang tidak jelas pada saat perekaman suara. Selain itu, jadwal untuk *shooting* dan cuaca saat di Jepang sangat tidak cocok karena pada saat itu di Jepang sedang pergantian musim sehingga sering turunnya hujan yang mengakibatkan tertundanya jadwal perekaman. Oleh karena itu, penulis dan rekan mengganti jadwal pengambilan gambar pada hari senggang selanjutnya dan target proyek pun tetap terkejar sehingga video dapat cepat dikembangkan.

Secara keseluruhan, video informatif yang dihasilkan memiliki potensi sebagai media promosi wisata yang komunikatif dan informatif bagi wisatawan Indonesia. Kombinasi antara penyampaian informasi yang mudah dipahami, visual yang indah dari lokasi, serta narasi yang terstruktur diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai Museum Meiji Mura, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan, ketertarikan, dan keinginan audiens untuk mengunjungi museum tersebut ketika melakukan perjalanan ke Jepang.