

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI MUSEUM TEMPAT KELAHIRAN
BAGINDO AZIZ CHAN**

MAKALAH TUGAS AKHIR

**untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya
Informasi Perpustakaan dan Kearsipan**



GERHANA WULANDARI

NIM 2020/20026041

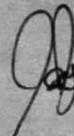
**PROGRAM STUDI INFORMASI PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

MAKALAH TUGAS AKHIR

Judul : Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran
Bagindo Aziz Chan
Nama : Gerhana Wulandari
NIM : 2020/20026041
Program Studi : Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Departemen : Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Agustus 2023
Disetujui oleh Pembimbing,



Gustina Erlianti, S.Hum., M.IP
NIP 19920819 201903 2 018

Kepala Departemen,



Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom..
NIP 19721224 200604 2 002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Gerhana Wulandari
NIM : 2020/20026041

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan makalah di depan Tim Penguji
Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang
dengan judul

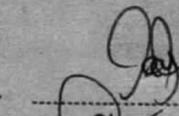
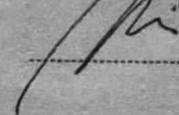
Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan

Padang, 23 Agustus 2023

Tim Penguji

1. Ketua : Gustina Erlianti, S.Hum., M.IP
2. Anggota : Dr. Ardoni, M.Si
3. Anggota : Dr. Marlina, S.IPL., MLIS

Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gerhana Wulandari

NIM : 20026041

Program Studi : Informasi Perpustakaan dan Kearsipan

Dengan ini menyatakan, bahwa:

1. Karya tulis saya yang berjudul "Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lain.
2. Makalah tugas akhir ini murni gagasan, penilaian dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan pihak orang lain yang tidak berwenang, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Dalam makalah ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dan dicantumkan sebagai acuan dalam tulisan saya dengan menyebutkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila hari terdapat kejanggalan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya terima karena penulisan ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, Agustus 2023

Saya yang menyatakan,



Gerhana Wulandari
Nim 2020/20026041

ABSTRAK

Gerhana Wulandari. 2023 “Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan”. Makalah Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa dan Seni, Univeristas Negeri Padang.

Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan memiliki media web dan Instagram sebagai media promosi Museum yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat. Namun dengan kurangnya penggunaan web dan Instagram yang memberikan informasi dan minimnya promosi menyebabkan Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan mengalami penurunan jumlah pengunjung yang datang. Oleh karena itu tujuan dari pembuatan makalah tugas akhir ini adalah untuk mendeskripsikan tahapan pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan yang nantinya bisa dipergunakan sebagai media promosi bagi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan.

Metode penulisan yang digunakan adalah metode deskriptif, secara sistematis untuk menggambarkan situasi dan permasalahan dengan melakukan penelitian untuk mengumpulkan data, dengan dilakukannya wawancara terstruktur, mengenai Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan.

Adapun tahap dalam pembuatan video promosi museum sebagai berikut: (1) pra produksi yaitu tahapan awal untuk persiapan dalam pengambilan gambar. Pada tahapan ini yang dilakukan yaitu pencarian dan penemuan ide, sinopsis, treatment, storyboard, shooting script; (2) produksi yaitu tahapan pengambilan video sesuai dengan langkah yang ada pada tahapan pra produksi, yang berhubungan dengan adegan yang akan direkam dengan memperlihatkan naskah shooting script dan storyboard; (3) pasca produksi tahapan akhir dengan melakukan pengeditan potongan-potongan video yang telah direkam menjadi satu agar menjadi satu video yang utuh yang dan menjadi tayangan yang menarik dengan menggunakan aplikasi Cupcut. Produk ini diuji coba ke 10 orang responden melalui pengisian angket, yang meliputi pertanyaan kelayakan tampilan video, kelayakan promosi, dan kelayakan informasi. Berdasarkan hasil penilaian uji coba produk dengan pengisian angket mendapatkan jumlah presentase penilaian mencapai 87% dan telah memperbaiki beberapa perbaikan dalam video, yang dapat disimpulkan bahwa produk layak ditayangkan sebagai media promosi di Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah Swt, yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “ Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan ” ini merupakan tugas akhir yang disusun untuk menempuh ujian akhir dalam rangka menyelesaikan pendidikan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsiapan, Departemen Ilmu Informasi Dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan makalah ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih Kepada Bapak dan Ibu : (1) Gustina Erlianti, S.Hum.,M.IP selaku pembimbing makalah tugas akhir dan selaku dosen pembimbing akademik (PA); (2) Desriyeni, S.Sos, M.I.Kom., selaku Kepala Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan; Jehan Nabila, S.IIP., M.I.Kom., selaku Sekertaris Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan; (3) Revan Defri selaku pemandu museum di Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan yang telah memberikan informasi dalam melengkapi data yang diperlukan dalam penulisan makalah tugas akhir.

Penulis menyadari dalam penulisan makalah tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan pengalaman. Untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari pembaca maupun pihak-pihak terkait. Semoga makalah ini dapat memberikan sumbangan pikiran dan informasi yang dapat membantu bagi setiap pembacanya.

Padang, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	5
C. Tujuan penulisan	5
D. Manfaat penulisan.....	5
E. Tinjauan pustaka.....	5
1. Pengertian Informasi	6
2. Museum.....	7
3. Peomosi.....	13
4. Video Promosi.....	17
5. Fungsi dan Manfaat Video Promosi.....	18
F. Metode Penelitian	19
1. Jenis penelitian	19
2. Objek kajian	20
3. Pengumpulan data	20
4. Tahapan kerja	21
BAB II PEMBAHASAN.....	24
A. Tahap Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo AzizChan.....	24
1. Pra Produksi	24
2. Produksi.....	31
3. Pasca Produksi.....	33
B. Uji Coba Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran BagindoAziz Chan	40
BAB III PENUTUP.....	45
A. Kesimpulan	45
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahapan Kerja.....	22
Gambar 2. Pembuatan Projek Baru.....	34
Gambar 3. Pengubahan Nama <i>file</i> Pada Proyek Baru	35
Gambar 4. <i>Import file</i>	35
Gambar 5 Melakukan Pengeditan Video	36
Gambar 6 Melakukan Perekaman Audio dan Pengeditan Audio	37
Gambar 7. <i>Import</i> Teks	38
Gambar 8. <i>Import</i> Musik.....	39
Gambar 9. <i>Export</i> Video.....	39
Gambar 10. Perbandingan Perbaikan dan Penambahan Teks Video	42
Gambar 11. Perbandingan dan Perbaikan Suara Pada Video	43
Gambar 12. Perbandingan dan Perbaikan Filter Pada Potongan Video.....	43
Gambar 13. Perbandingan dan Perbaikan Bagian Video.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Storyboard</i>.....	29
Tabel 2. <i>Shooting Script</i>.....	31
Tabel 3. Hasil Uji Coba Produk	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	49
Lampiran 2. Kisi-kisi Wawancara Penelitian	50
Lampiran 3. Jawaban Kisi-kisi Wawancara	51
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara Penelitian	57
Lampiran 5. Format Uji Coba Produk	59
Lampiran 6. Hasil Uji Coba Produk	69
Lampiran 6. Format Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir	70

BAB I PENDHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya budaya, keberagaman budaya yang dimiliki telah melalui peristiwa sejarah yang panjang dan sudah seharusnya diapresiasi oleh masyarakat dan diketahui sebagai identitas bangsa. Sejarah dan budaya dikenal sebagai bagian dari pengetahuan melalui jenjang pendidikan, sedangkan pada aspeknya dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari melalui interaksi langsung dari berbagai bentuk media. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 pasal 1, yang berbunyi: "Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat". Museum menurut Munandar (2011) yaitu merupakan tempat pelestarian, lembaga pendidikan nonformal, sumber data penelitian dan bagian dari industri budaya.

Museum berdasarkan pengertian yang diberikan *International Council Of Museums* disingkat ICOM, adalah instansi permanen, nirlaba, melayani kebutuhan publik, dengan sifat terbuka, dengan cara melakukan usaha pengoleksian, mengkonservasi, meriset, mengkomunikasikan, dan memamerkan benda nyata kepada masyarakat untuk kebutuhan studi, pendidikan, dan kesenangan. Museum menjadi wadah interaksi masyarakat dengan karya seni yang digunakan sebagai bidang sarana informasi, edukasi dokumentasi dan lain-lain.

Museum memiliki fungsi yang strategis dalam bidang sejarah dan budaya, museum menyimpan benda-benda sejarah serta cuplikan potongan sejarah dan budaya yang dapat di manfaatkan sebagai media pembelajaran sehingga masyarakat dapat melihat langsung representasi tersebut. Kutipan pidato mantan Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono mengatakan “Museum merupakan tempat sangat bernilai dalam sejarah perjalanan sebuah bangsa dan menyimpan berbagai karya leluhur nenek moyang kita yang mencerminkan kekayaan dan keaneka ragaman budaya kita, yang penting artinya bagi pembelajaran” pada acara peresmian Gedung Arca dan Pameran Majapahit padatanggal 20 Juni 2007 di Museum Nasional.

Demikian halnya dengan Kota Padang yang merupakan daerah yang memiliki nilai sejarah salah satunya adalah Museum Rumah Kelahiran Bagindo Aziz Chan. Museum Rumah Kelahiran Bagindo Aziz Chan telah dijadikan salah satu museum yang menjadi saksi tempat kelahiran pahlawan Bagindo Aziz Chandan menjadi sejarah kehidupan pahlawan Bagindo Aziz Chan masih kecil dan menjabat sebagai Wali Kota Padang kedua, museum ini diresmikan pada tahun 2019 dan telah dilindung berdasarkan Undang-Undang No.5 Tahun 2010 tentang penetapan 24 Cagar Budaya Kota Padang dan peninggalan sejarah di Kota Padang. Rumah yang sekarang menjadi museum tempat yang dahulunya beliau habiskan untuk masa kecil beliau menurut pernyataan Sekretariat Direktorat Jendral Sejarah dan Purbakala tahun 2011. Museum dibuat dengan mengikuti suasana yang ada pada masa dimana Bagindo Aziz Chan dengan penataan koleksi seperti foto saat menjabat sebagai Wali Kota

Padang ke dua, dengan menataan yang diatur sedemikian rupa dengan menambahkan koleksi benda-benda seperti meja makan dan meja tamu, kamar tidur, meja rias dan banyak benda menarik lainnya.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara bersama salahsatu pemandu museum, mengatakan jumlah pengunjung mengalami penurunan sejak 2 tahun terakhir. Beliau mengatakan jumlah pengunjung yang datang kemuseum yang tercatat paling banyak sekitar 15 orang pengunjung perhari, Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan juga memiliki program “museum masuk sekolah” untuk upaya mesosialisasikan museum dengan datang kesekolah dan memberikan edukasi kepada siswa sekolah tentang Pahlawan Bagindo Aziz Chan, Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan itu sendiri, dan sejarah Kota Padang. Namun dengan rendahnya kesadaran akan nilai sejarah, museum yang berada ditengah tengah pemukiman penduduk juga menjadikan faktor banyak masyarakat yang tidak mengetahui akan adanya Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan serta kurangnya sarana Promosi secara luas. Padahal museum tersebut memiliki banyak informasi penting dan daya tarik tersendiri didalamnya yang tidak dapat dipisahkan dari Kota Padang yang dapat menjadi salah satu sumber pembelajaran dan pusat rekreasi edukasi untuk anak sekolah, mahasiswa, dan masyarakat.

Keberadaan museum seharusnya mampu menjadi tempat kegiatan pembelajaran yang menarik untuk dikunjungi karna pada kegiatan ini pengunjung dirangsang untuk menggunakan kemampuannya dalam berfikir kreatif dengan maksimal tentang apa saja benda-benda yang dipamerkan dimuseum tersebut,

terkhusus pada pendidikan sejarah diidentikan dengan sebuah peristiwa masa lalu yang pernah terjadi. Dengan hal tersebut Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan ini perlu melakukan promosi untuk menarik masyarakat untuk berkunjung ke museum tersebut.

Menurut Oktavianus (2019), promosi merupakan kegiatan menyampaikan dan memberitahukan informasi dalam bentuk jasa maupun produk yang diberikan kepada masyarakat umum. Promosi nantinya memiliki tujuan untuk menarik minat konsumen dalam membeli ataupun mengonsumsinya, dengan teknik promosi video tersebut maka akan menarik minat masyarakat untuk datang dan berkunjung ke Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan dan dari promosi video tersebut masyarakat mengetahui tentang bagaimana sejarah dari Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan, koleksi-koleksi pameran yang adadi Museum, dan mengenal sosok pahlawan sekaligus Wali Kota Padang kedua yang pernah menjabat pada tahun tahun 1946. Berdasarkan pada permasalahan tersebut, disimpulkan bahwa penggunaan video lebih efektif sebagai media promosi saat ini dari pada penggunaan media promosi lainnya. Penggunaan video ini menarik karna menggunakan indra penglihatan dan menggunakan indra pendengaran dalam menonton video promosi tersebut. Tentunya media promosi menggunakan video lebih mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju dengan adanya teknologi visual dandapat dengan mudah di akses oleh berbagai kalangan, maka dari itu promosi menggunakan media visual seperti video lebih unggul dari pada penggunaan media cetak sebagai alat promosi. Berdasarkan latar belakang diatas,

penulis tertarik membahas dan membuat produk tugas akhir dengan judul “Pembuatan Video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah dari latar belakang tersebut, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: (1) bagaimana proses pembuatan video promosi Museum tempat kelahiran bagindo Aziz Chan? (2) bagaimana hasil uji coba produk pembuatan video Promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan penulisan ini adalah: (1) untuk mendeskripsikan proses pembuatan video promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan; (2) mendeskripsikan hasil uji coba produk pembuatan video promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan.

D. Manfaat Penulisan

Manfaat dalam penulisan makalah tugas akhir yaitu: (1) pihak museum tempat kelahiran bagindo aziz chan dapat mempromosikan museum tempat kelahiran bagindo aziz chan pada masyarakat luas; (2) bagi khalayak, untuk mendapatkan informasi tentang keberadaan museum tempat kelahiran Bagindo Aziz Chan (3) dapat menjadi referensi dalam pembuatan video promosi.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan permasalahan dari makalah tugas akhir ini, terdapat beberapakajian teori yaitu.

1. Pengertian Informasi

Informasi merupakan data rangkuman yang memiliki manfaat bagi seseorang, menurut Kadir (2003) Bahwa informasi adalah data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Sumber informasi merupakan sebuah data, sedangkan data kumpulan kenyataan yang menggambarkan suatu kegiatan-kegiatan dan kesatuan nyata, informasi yaitu segala bentuk pengetahuan yang direkam. Artinya informasi dapat ditemukan dalam berbagai bentuk media baik media cetak maupun non cetak. Media cetak berupa buku, jurnal, surat kabar, makalah, laporan penelitian dan lain-lain. Sedangkan informasi menggunakan media non cetak tengah populer di zaman 4.0 saat ini, media non cetak berupa e-jurnal, *ebook*, media sosial (*facebook, instagram, twitter*), surat kabar *online* dan sebagainya.

Informasi dapat dikatakan sebagai “keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan. baik data, fakta maupun penjelasan yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun non elektronik”. Hal ini tertuang dalam konteks perundang-undangan dalam pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Menurut Anggraeni dan Irviani (2017) mengatakan informasi adalah data yang diolah menjadi lebih berguna dan berarti bagi penerimanya, serta mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan mengenai suatu keadaan. Lalu

pendapat menurut Asmara (2006) informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan berarti bagi penerimanya.

Dapat disimpulkan bahwa informasi disajikan dalam berbagai kemasan dan format, media cetak maupun noncetak sesuai dengan perkembangan zaman. Yang memuat informasi yang dikumpulkan dari data dan fakta yang telah diproses dan diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan sesuatu yang bisa dipahami dan memberikan manfaat bagi penerima informasi.

2. Museum

a. Pengertian Museum

Museum di Indonesia masuk kedalam Peraturan Pemerintah nomor 19 tahun 1995 tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di museum. Dalam peraturan pemerintah dijelaskan museum adalah lembaga tempat menyimpan, merawat, mengamankan, dan memanfaatkan benda-benda bukti material hasil budaya manusia serta alam lingkungannya, guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa untuk kepentingan generasi yang akan datang PP RI No.19 Tahun 1995.

Dalam pedoman Museum Indonesia (2008) menurut *Internasional Council of Museum (ICOM)* museum adalah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, yang terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan dan memamerkan artefak-artefak tentang jati diri manusia dan lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan dan rekreasi. Menurut (KBBI) Kamus Besar Bahasa Indonesia (2021) menjelaskan

bahwa museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran dalam ilmu pengetahuan.

Menurut Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2022 tentang Pelaksanaan Peraturan Nomor 66 Tahun 2015 tentang museum, menyatakan museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Menurut Magersari (2008) peranan museum sebagai salah satu lembaga yang melayani masyarakat dengan memusatkan perhatian terhadap perkembangan hubungan timbal balik antara museum dengan masyarakat.

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa museum merupakan sebuah lembaga atau tempat untuk menyimpan, merawat, mengamankan, dan memanfaatkan benda-benda bukti material hasil budaya manusia serta alam untuk dapat menjadi sebuah objek pembelajaran tentang sejarah dan pengaruh yang dibuka untuk umum.

b. Jenis-jenis Museum

Menurut *Internasional Council of Museum (ICOM)* museum bisa di klasifikasikan menjadi 6 jenis yaitu : museum seni, museum khusus, *Science and Technology Museum*, Museum Biografi, *Natural History Museum*, museum arkeolog.

1) Museum seni

Museum seni merupakan museum yang mengoleksi, menyimpan dan mengumpulkan benda yang berkaitan dengan koleksi kesenian, yang termasuk

kedalam koleksi kesenian yaitu: seni visual seperti lukisan, ilustrasi dan patung. Biasanya museum seni lebih dikenal dengan galeri seni.

2) Museum Khusus

Museum khusus merupakan museum yang menginformasikan sejarah yang berkaitan langsung dengan peradapan manusia secara khusus, dalam Peraturan Pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa salah satu contoh museum khusus yang berada di Indonesia adalah museum Kepresidenan Republik Indonesia Balai Kirti.

3) *Science dan Technology Museum*

Science dan Technology Museum adalah museum yang berisikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Contoh *Science dan Technology Museum* yaitu museum Puspa Iptek Sundial Bandung, yang didalam museum terdapat sekitar 180 alat peraga interaktif dimana para pengunjung dapat mencobakan mengeksplor alat peraga tersebut.

4) Museum Biografi

Museum biografi merupakan museum yang dibangun untuk benda-bendayang terkait dengan kehidupan seseorang atau kelompok, museum ini biasanya terdapat didalam ruangan atau berdasarkan peristiwa yang telah terjadi sebelumnya dengan seseorang yang bersangkutan. Museum ini biasanya mengkoleksi benda, peralatan, pakaian yang berhubungan langsung dengan kehidupan seseorang atau kelompok. Contoh museum biografi adalah Museum Sasmitaloka Jendral Besar DR. A.H Nasution yang terletak yang terletak di Jakarta Pusat.

5) *Natural History Museum*

Natural History Museum merupakan museum yang memajang spesimen ilmu kehidupan dan bumi dengan koleksi umumnya yaitu: botani, entomologi, mineralogi, paleontologi, dan zoologi. Dan koleksi ilmu pengetahuan alam lainnya, contoh museum ini yang ada di Indonesia adalah Museum Sejarah Alam Nasional Indonesia dengan menyimpan koleksi yang berhubungan dengan tumbuhan dan etnografi di wilayah Indonesia.

6) Museum Arkeologi

Museum arkeologi adalah museum yang didalamnya mengoleksi benda-benda arkeologi dan benda bersejarah yang menyimpan cerita sejarah manusia dan peradabannya. Dari kesimpulan tersebut, dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis museum adalah berupa museum seni, museum khusus, *Science* dan *Technology Museum*, Museum Biografi, *Natural History Museum*, museum arkeologi.

c. Fungsi Museum

Fungsi dasar museum adalah mengoleksi dan memamerkan objek-objek dan spesimen-spesimen dengan memamerkannya secara teratur kepada masyarakat, fungsi lain museum sebagai media pengenalan kepada masyarakat untuk menikmati koleksi. Yang terdapat didalam museum dan diharapkan pengunjung mampu untuk berfikir, mengagumi, memeriksa dan menyelidiki koleksi yang dipamerkan tersebut. Museum selain difungsikan sebagai tempat menyimpan benda bersejarah, juga memiliki fungsi sebagai tempat dan sumber pembelajaran sejarah. Menyimpan benda bersejarah, juga memiliki fungsi sebagai tempat dan sumber pembelajaran sejarah.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1995 dalam Pedoman Museum Indonesia menurut Asmara (2009) terdapat dua fungsi besar dari museum, yaitu (a) sebagai tempat pelestarian meliputi penyimpanan (termasuk pencatatan, penataan), perawatan dan pengembangan koleksi, perawatan koleksi berupa cara pencegahan dan penanganan barang koleksi, pengamanan koleksi meliputi kegiatan perlindungan koleksi terhadap kerusakan atau gangguan dari faktor alam atau pun manusia. (b) sebagai sumber informasi melalui peneltiandan penyajian, penelitian dilakukan untuk mengembangkan budaya bangsa, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Sedangkan dalam penyajiannya harus memperhatikan aspek pelestarian dan perlindungan koleksi. Menurut Van Mensch(2020) fungsi museum adalah melakukan penelitian, konservasi, dan komunikasi sebagai aspek mediasi terhadap masyarakat.

Museum sebagai tempat konservasi adalah tempat pelestarian dan perlindungan benda cagar budaya yang merupakan koleksi dari museum, fungsi museum sebagai media komunikasi melalui koleksi, dan melalui program kegiatan publik, berpartisipasi dalam ruang dan kegiatan publik, dan melalui kegiatan kebijakan kehumasan dalam kegiatan sehari-hari. Museum berupa bagiang dari unsur sejarah dan warisan budaya yang berharga menghubungkan orang- orang dari masa lalu ke masa saat ini.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi museum secara garis besar yaitu sebagai tempat pelestarian dan sumber informasi tentang benda-benda bersejarah yang dikoleksi yang memiliki nilai sejarah yang dapat

difungsikan sebagai tempat penelitian, dan konservasi sebagai mediasi kepada publik.

d. Cagar Budaya

Pelestarian warisan budaya didasarkan pada kesadaran manusia untuk melestarikan nilai-nilai budaya pada masa yang lalu namun memiliki arti penting bagi generasi selanjutnya, pelestarian dimaksudkan untuk menjaga karya seni sebagai saksi sejarah, ilmu pengetahuan, dan budaya sehingga warisan budayanasional indonesia perlu pemahaman untuk dilindungi dan dilestarikan guna menanamkan kesadaran identitas bangsa dan kepentingan nasional. Menurut Bahri (2019) menjelaskan cagar budaya adalah benda hasil akal budi manusia yang perlu diberikan pencagararan, karena jika tidak dilindungi dikhawatirkan akan mengalami kerusakan dan kepunahan.

Menurut undang-undang No.11 Tahun 2010, pasal 1 ayat 1 tentang cagar budaya menjelaskan bahwa Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan kebudayaan melalui proses penetapan.

Kegiatan yang meliputi aspek dalam perlindungan terhadap benda cagar budaya antarlain aspek teknis, yaitu kegiatan yang dilakukan secara teknis ilmiah pada benda cagar budaya yang diakibatkan oleh kerusakan karna alam, misalnya pengaruh gempa bumi, pengaruh iklim (klimatologi) dan hal akibat alamlainnya. Dalam ketentuan Undang-undang No.5 Tahun 1992 dan Peraturan

Perundang- undangan No.10 Tahun 1993, bahkan komponen-komponen (keputusan materi) dari para menteri yang bertanggung jawab atas perlindungan benda cagar budaya, seperti penguasaan, pemilikan, pendaftaran, perlindungan, pengelolaan, pemanfaatan, pencarian, penemuan, pengawasan, bahkan ketentuan pidana.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, dapat disimpulkan cagar budaya adalah media pelestarian dan perlindungan benda yang memiliki nilai sejarah, ilmu pengetahuan, dan budaya, dari generasi yang lalu dan memiliki nilai kegenerasi selanjutnya. Benda-benda cagar budaya adalah warisan budaya keberadaan dari akal budi manusia yang perlu dilindungi berupa benda, bangunan, struktur, dan situs.

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa. Menurut Swastha (2000) Promosi dipandang sebagai arus informasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Jadi promosi merupakan usaha untuk menciptakan kesadaran, membujuk, dan mempengaruhi konsumen. Rohaeni (2002) mengatakan bahwa promosi sangatlah penting dalam memperkenalkan sebuah produk dan juga menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi menurut Mustafa (2012) adalah setiap kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau ide layanan melalui distribusi. Lalu menurut Laksan (2019) Promosi adalah suatu

komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga membeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Sedangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Yenianti (2019), mengatakan jika promosi adalah cara pemasaran dengan memanfaatkan teknik teknik dalam hubungan masyarakat. Karena dengan produk, konsumen akan lebih mengenal tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kegiatan promosi berpengaruh ketika strategi pemasaran mengikuti trend masa kini, promosi dengan menggunakan digital pada saat ini lebih berpengaruh dibandingkan melakukan promosi secara manual. Dapat disimpulkan bahwa promosi yaitu, suatu alat komunikasi dari penjual kepada pembeli yang berisi sebuah informasi. Yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tidak mengetahui sebuah produk sehingga mengetahui produk dari informasi tersebut, komunikasi tersebut membujuk dan mempengaruhi pembeli agar bersedia menerima dan membeli produk yang ditawarkan penjual. Dengan mengikuti perkembangan digital untuk melakukan promosi lebih berpengaruh dibandingkan dengan melakukan promosi secara manual.

b. Tujuan Promosi

Pada dasarnya tujuan dari melakukan promosi adalah untuk membujuk dan mempengaruhi calon konsumen agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan, Menurut pendapat Malau (2017) tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta meningkatkan pelanggan

sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Hampir sama dengan sebelumnya pendapat menurut Alma (2016) bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal ada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan promosi adalah memberikan sebuah informasi yang ditujukan kepada konsumen dengan memberikan penawaran yang terbaik pada produk yang ditawarkan, menjaga konsumen dan loyalitas sertamenjaga dan meningkatkan kualitas untuk jangka panjang melalui sebuah promosi.

4. Jenis-jenis Promosi

Terdapat tujuh jenis promosi yang dapat dilakukan diantaranya.

a. Iklan (*Advertising*)

Promosi dapat melakukan pemasangan iklan yang dapat membantu dalam mempromosikan *brand*, produk, ataupun layanan bisnis, promosi iklan dapat di iklankan langsung menggunakan media tradisional seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, reklame, selain itu promosi ini bisa di iklankan menggunakan media sosial berupa, situs web, pesan teks, blog dan lainnya.

b. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Jenis promosi ini dilakukan secara langsung oleh perusahaan kepada pelanggannya melalui berbagai media, promosi ini menggunakan email, whatsapp,

sms, pamflet, distribusi katalog, dan surat promosi yang dapat memberikan respon langsung terhadap pemasaran yang dipromosikan

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah proses promosi yang melakukan penawaran dengan waktu terbatas, promosi ini akan membuat pelanggan berada dalam posisi dimana mereka perlu mengambil tindakan segera.

d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Promosi ini dilakukan perusahaan dengan cara mengirimkan perwakilannya kepada pelanggan yang ditujukan untuk menjual produk secara personal. Pada proses ini perusahaan akan mendapatkan umpan balik serta membangun kepercayaan dengan pelanggan. Contoh penjualan pribadi seperti *telemarketing*, *call center*, dan sales lapangan yang bertugas untuk melakukan penjualan secara langsung ke wilayah yang telah ditentukan.

e. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Promosi jenis ini melakukan promosi dengan memelihara citra publik dari suatu *brand*, pada umumnya promosi ini akan mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi contohnya seperti bisnis, lembaga pemerintah, atau organisasi nirlaba.

f. Sponsorship

Dalam promosi *Sponsorship* perusahaan akan menyediakan sumber daya atau uang untuk acara atau individu guna menerima publisitas dan iklan yang sama dengan penggunaan iklan prabayar tingkat berikutnya. Dengan mendapatkan *credibility* selebriti atau orang terkenal.

g. Online Promosi (*Digital Promotion*)

Jenis promosi ini akan mengandalkan media digital online diinternet untuk menjangkau penangan jenis promosi ini juga dikenal dengan online promotion.

Dapat disimpulkan jenis promosi digunakan sesuai dengan kebutuhan perusahaan yang akan mempromosikan produknya untuk tujuan produk dapat dilihat dan menarik minat konsumen untuk membeli atau menggunakan jasanya.

5. Video Promosi

Video Promosi adalah rekaman yang digunakan untuk mempromosikan suatu barang, video promosi mendeskripsikan objek secara detil tentang produk yang di promosikan. Menurut Astuti (2018) menjelaskan bahwavideo promosi yaitu bentuk media yang bagus dalam mengasai orang maupun lembaga instansi dengan penyimpanan berisi keunggulan dan tentunya menarik perhatian. Dengan komunikasi melalui indra pendengar dan penglihatan tentunya menyimpan promosi secara efektif, yang tepat untuk mempromosikan sebuah lembaga atau instansi secara efektif dan efisien.

Menurut pendapat Degey (2016) bahwa video promosi bertujuan untuk mempromosikan sesuatu yang lebih spesifik dengan durasi yang lebih lama.Sedangkan menurut Wibowo & Kurniadi (2021) video promosi merupakan suatumedia yang diolah secara kreatif yang merupakan salah satu media komunikasi modern dengan menampilkan penggabungan gambar bergerak dan suara, sehingga target audiens dapat mengetahui lebih jelas informasi yang disampaikan juga bertujuan untuk mempengaruhi penontonnya.

Lalu pendapat menurut Mustabsyirah (2017), video mampu merebut 94% saluran masuknya pesan atau informasi kedalam jiwa manusia melalui mata dan telinga serta mampu membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar tayangan program. Pesan yang disampaikan melalui media video dapat mempengaruhi emosi yang kuat dan juga dapat mencapai hasil yang cepat yang tidak dimiliki oleh media lain.

Video merupakan media publikasi yang paling informatif dan komunikatif karena video merupakan media publikasi yang menyampaikan pesan dalam bentuk materi audio dan visual lebih dari media publikasi lainnya seperti radio atau cetak. Seiring perkembangan zaman dan perkembangan teknologi yang semakin pesat video tidak hanya disalurkan untuk dilihat di televisi tetapi saat ini video dapat dilihat menggunakan media elektronik lainnya seperti smartphone, laptop dan lainnya. Menurut Sadiman dkk (2009) video adalah sebuah media audio visual yang menampilkan gambar yang bergerak dan beriringan dengan suara yang ditampilkan dalam gambaran yang bersifat nyata.

Dapat disimpulkan bahwa video promosi merupakan cara memperkenalkan sebuah produk dengan kreatif, efektif, dan efisien dengan durasi singkat dan panjang serta menambahkan deskripsi tentang yang dipromosikan secara audio dan visual. Yang dapat diakses menggunakan sambungan internet menggunakan smartphone, laptop, televisi, dan lain-lain.

6. Fungsi dan Manfaat Video Promosi

Menurut Hardianti dan Wahyu, K.A (2018) video merupakan sarana yang baik sebagai media konsultasi dan pelatihan serta mempunyai fungsi etensi

yaitu menarik perhatian khalayak untuk memperhatikan dan konsentrasi pada isi video, selain itu video mempunyai fungsi kognitif yang artinya mempermudah khalayak memahami isi video. Menurut Tjiptono (2008), Promosi dapat didefinisikan “semua kegiatan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk pada pasar, dengan memberikan informasi tentang keistimewaan, dengan tujuan untuk mengubah sikap atau mendorong orang untuk bertindak”.

Manfaat video menurut penjelasan Daryanto (2016) antara lain: (a) memberikan pengalaman yang tidak terduga kepada siswa; (b) menunjukkan sesuatu yang awalnya tidak terlihat; (c) menunjukkan perubahan dari waktu ke waktu (d) membantu menyampaikan materi, (e) video dapat memvisualisasikan materi dan dapat dikombinasikan dengan animasi.

Dapat disimpulkan fungsi dan manfaat video adalah memberikan informasi lebih mudah tersampaikan dan dipahami karena dapat menggambarkan secara langsung informasi tersebut. Video memiliki perubahan yang mengikuti perkembangan zaman. Perubahan tersebut memberikan informasi yang lebih tepat untuk mempermudah khalayak dalam memahami isi video.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan makalah tugas akhir ini adalah deskriptif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan masalah yang sedang terjadi atau yang sedang berlangsung yang bertujuan untuk menggambarkan apa yang harus dilakukan ketika penelitian berlangsung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung.

Pengumpulan data melakukan observasi kelapangan dan wawancara langsung. Pengumpulan dilakukan dengan membaca dan mempelajari sumber-sumber dari literatur, dan sumber terpercaya.

2. Objek Kajian

Objek kajian dalam pembuatan makalah produk video promosi ini adalah museum tempat kelahiran Bagindo Aziz Chan di jalan Alang Laweh Kecamatan Padang Selatan, Kota Padang. Museum tempat kelahiran Bagindo Aziz Chan merupakan salah satu tempat yang mempunyai nilai sejarah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang benda-benda sejarah yang dipamerkan di museum tempat kelahiran Bagindo Aziz Chan.

3. Pengumpulan Data

Penulisan ini menggunakan tiga metode dalam pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi sebagai metode ilmiah, observasi biasanya melakukan kegiatan pengamatan dan merekam fenomena yang diselidiki dengan statistik. Menurut Hasanah (2016) observasi merupakan kesan terhadap dunia sekitar terhadapindra penglihatan manusia. Observasi dilakukan di Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan Kota Padang dengan cara pengamatan langsung mengenai keadaan Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan dan mendapatkan data yang dilakukan dalam membuat video promosi Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan.

b. Wawancara

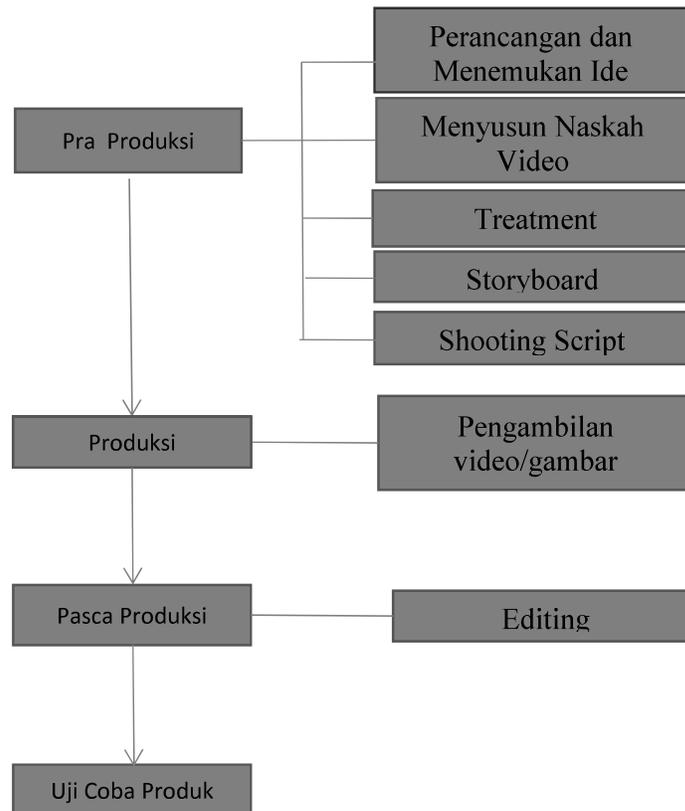
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan komunikasi dua arah dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. Menurut Unar (2011) wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai. Menurut Hardiansyah (2012) terdapat tiga bentuk dari wawancara, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tahap akhir yang dilakukan dalam pengumpulan data dengan pengambilan foto atau video. Menurut Sani (2013) dokumentasi merupakan pengambilan gambar, tulisan atau karya monumental terhadap peristiwa yang berlalu. Pengambilan gambar dan video akan dilakukan di Museum Tempat Kelahiran Bagindo Aziz Chan Kota Padang.

4. Tahap Kerja

Tahapan kerja merupakan kegiatan untuk mengubah data yang dikumpulkan dari hasil sebelumnya agar menjadi suatu informasi yang dapat diterima masyarakat



Gambar 1. Tahapan Kerja

Berdasarkan gambar 1 diatas adalah alur tahapan kerja ini sesuai dengan pendapat Widaghaprasana (2013) dan warshina (2010) hal yang harus dilakukan dalam tahap pra-produksi yaitu: (1) merancang ide atau gagasan tentang hal yang akan disampaikan dalam produksi video. (2) pembuatan sinopsis sebagai naskah penyimpanan informasi yang akan ditayangkan. (3) *Treatment* untuk memberikan gambaran yang spesifik tentang kegiatan yang ditayangkan dalam video (4) *Storyboard* untuk mendeskripsikan setiap kegiatan yang dilakukan dalam tayangan video dalam bentuk teks.

(5) *Shooting script* sebagai panduan dalam produksi video. Tahapan selanjutnya pra produksi yaitu tahap produksi yang merupakan tahapan untuk mengaplikasikan semua komponen yang sudah dipersiapkan pada proses pra produksi dengan melakukan proses perekaman video.

Setelah tahapan produksi dilakukan, tahapan terakhir adalah pasca produksi yang memerlukan perangkat *software* atau aplikasi yang memadai untuk proses pengedit video untuk menambahkan fitur efek pada video, teks, dan fitur lainnya untuk menghasilkan video yang bagus. Proses pengeditan dilakukan setelah semua tahap dilakukan pra produksi sampai tahap pasca produksi selesai dilakukan. Setelah proses edit video dilakukan, maka video tersebut siap untuk dilakukan uji coba kepada pihak yang ahli dalam bidang videografi untuk mendapatkan informasi kelayakan video promosi tersebut. Setelah uji coba video dilakukan, video tersebut dapat didistribusikan atau ditayangkan melalui berbagai media penelusuran informasi internet, salah satunya *Youtube*