

Perancangan Video Panduan Museum Kars Indonesia

Vania Nanette Yanchinsu¹, Peni Pratiwi, Michael Bezaleel Wenas

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana,
Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia.

¹Vania.nanette@gmail.com

Museum Kars Indonesia merupakan Museum Kars terbesar dan terlengkap se Asia Tenggara dalam penggambaran mengenai kondisi kawasan kars di Indonesia. Pembangunannya memadukan antara bangunan fisik dan lingkungan sekitarnya dengan konsep *back to nature*. Museum Kars Indonesia berfungsi sebagai tempat pendidikan, penelitian, pelestarian dan rekreatif dan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sehingga masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi Museum Kars Indonesia. Museum Kars Indonesia memiliki kendala dalam penyampaian informasi karena hanya berupa teks dan gambar, yaitu buku panduan Museum Kars Indonesia, sehingga dalam penyampaiannya cenderung kaku dan tidak maksimal. Melalui perkembangan teknologi sebenarnya banyak sekali media yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai Museum Kars Indonesia. Salah satu cara, yaitu dengan membuat media informasi kedalam bentuk yang kreatif, khususnya dalam dunia komunikasi visual sehingga tidak membuat bosan para penontonnya, salah satunya berupa video panduan animasi dengan penggunaan teknik *motion graphic*. Melalui penggunaan video animasi, penyajian informasi dapat lebih interaktif dan menarik. Penggunaan video animasi dalam pembuatan video panduan Museum Kars Indonesia, merupakan cara yang efektif karena animasi adalah gambar dua dimensi yang seolah-olah bergerak, dikarenakan kemampuan otak untuk selalu menyimpan atau mengingat gambar sebelumnya. Hasil dari perancangan berupa video panduan Museum Kars Indonesia yang lengkap dan diharapkan dapat menjadi sarana informasi terpadu dan komunikatif bagi Museum Kars Indonesia.

Keywords : perancangan, video panduan, museum, media informasi

The Indonesian Kars Museum is the largest and most comprehensive Kars Museum in Southeast Asia in its depiction of the condition of the karst region in Indonesia. Its construction combines physical buildings and the surrounding environment with the concept of back to nature. The Indonesian Kars Museum functions as a place of education, research, conservation and recreation and has great potential to be developed so that people will be interested in visiting the Indonesian Kars Museum. The Indonesian Kars Museum has problems in conveying information because it is only in the form of text and images, namely the guidebook for the Indonesian Kars Museum, so its delivery tends to be stiff and not optimal. Through technological developments, there are actually a lot of media that can be used to convey information about the Indonesian Kars Museum. One way, namely by making information media into creative forms, especially in the world of visual communication so as not to bore the audience, one of which is an animation guide video using motion graphic techniques. Through the use of animated videos, the presentation of information can be more interactive and interesting. The use of animated videos in making the guide videos for the Indonesian Kars Museum is an effective way because animation is a two-dimensional image that seems to move, due to the brain's ability to always save or remember previous images. The result of the design is a complete video guide for the Indonesian Kars Museum and is expected to be an integrated and communicative information facility for the Indonesian Kars Museum.

Keywords: design, guide video, museum, information media

Proses review : 2 - 30 september 2020, dinyatakan lolos 1 oktober 2020

PENDAHULUAN

Museum saat ini berusaha menjadi tempat bagi pengunjung untuk merasakan suasana dan pengalaman lain yang hanya akan didapatkan apabila mengunjungi museum, tujuan museum adalah untuk menyampaikan misi edukasi dan rekreasi kepada masyarakat. Salah satu jenis museum ilmu alam (*Natural History Museum*) yang ada di Indonesia adalah Museum Kars Indonesia.

Museum Kars Indonesia terletak di desa Gebangharjo, Kecamatan Pracimantoro, Kabupaten Wonogiri, Propinsi Jawa Tengah. Pembangunannya memadukan antara bangunan fisik dan lingkungan sekitarnya dengan konsep *back to nature*. Dikutip dari buku panduan Museum Kars Indonesia, kawasan diluar museum sebagai museum alam mencakup seluruh sistem kars Gunung Sewu, meliputi wilayah Kabupaten Gunung Kidul (DIY), Kabupaten Wonogiri (Jawa Tengah), dan Kabupaten Pacitan (Jawa Timur) tersatukan dalam satu ekosistem, menurut hasil wawancara dengan pengelola Museum Kars Indonesia, Prasetyorini mengatakan bahwa Museum Kars Indonesia merupakan museum kars terbesar dan terlengkap se Asia Tenggara dalam penggambaran mengenai kondisi kawasan Kars di Indonesia.

Museum Kars Indonesia berfungsi sebagai tempat pendidikan, penelitian, pelestarian dan rekreatif dan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sehingga masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi Museum Kars Indonesia. Kunjungan ke Museum Kars Indonesia didominasi oleh pelajar. Para pelajar mulai tertarik untuk datang berkunjung dan belajar mengenai batuan kars. Dalam penyampaian informasinya, Museum Kars Indonesia menggunakan media cetak berupa buku panduan Museum Kars Indonesia. Namun, pada prosesnya mengalami kendala dalam penyampaian informasi karena hanya berupa teks dan gambar sehingga dalam penyampaiannya menjadi tidak maksimal dan cenderung kaku, selain itu jika ingin memilikinya wisatawan harus membeli dibagian penjualan souvenir. Melalui perkembangan teknologi, sebenarnya banyak sekali media yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai Museum Kars Indonesia. Salah satu cara, yaitu dengan membuat media informasi kedalam bentuk yang kreatif, khususnya dalam dunia komunikasi visual sehingga tidak membuat bosan para penontonnya, salah satunya berupa video panduan animasi dengan penggunaan teknik *motion graphic*. Melalui penggunaan video animasi, penyajian informasi dapat lebih interaktif dan menarik. Penggunaan video animasi dalam pembuatan video panduan Museum Kars Indonesia, merupakan cara yang efektif karena

animasi adalah gambar dua dimensi yang seolah-olah bergerak, dikarenakan kemampuan otak untuk selalu menyimpan atau mengingat gambar sebelumnya [2]. Animasi juga dapat menyampaikan pesan dan informasi secara singkat dan jelas dengan visual yang akan memudahkan dalam memahami informasi yang disajikan. Animasi sebagai penyajian informasi dapat lebih interaktif karena menggunakan teks dan ilustrasi grafis.

Berdasarkan permasalahan di atas maka perlu dirancang sebuah Video Panduan Museum Kars Indonesia yang akan menyampaikan informasi mengenai Museum Kars Indonesia secara lengkap. Video panduan ini diharapkan dapat juga menjadi sarana informasi terpadu yang komunikatif, yang dimiliki pihak pengelola Museum Kars Indonesia bagi pengunjung, khususnya pelajar.

Manfaat pembuatan video panduan ini dapat menjadi dokumen referensi penelitian yang berbentuk perancangan video panduan yang menggunakan teknik *motion graphic* dengan museum sebagai objeknya dan sebagai alat penyampaian informasi mengenai Museum Kars Indonesia. Untuk targetnya berupa siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) usia 13- 18th dengan jenis kelamin laki- laki dan perempuan di Wonogiri, Jawa Tengah.

Penelitian yang berjudul “**Perancangan Video Company Profile Lembah Kemuning Dairy Farm, Desa Cigugur, Kuningan dengan Teknik Motion Graphic**” oleh Yessica Brigitta dari Universitas Kristen Satya Wacana membahas mengenai pembuatan sebuah video *company profile* yang bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan secara umum mengenai apa saja produk yang dihasilkan, serta aktifitas yang ada di Lembah Kemuning Dairy Farm, dan untuk memberikan informasi yang berguna kepada anggota koperasi produksi gapura sehat dan masyarakat yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai Lembah Kemuning Dairy Farm [3].

Kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah di dalam penelitian ini sama sama menggunakan sebuah video yang dapat memberikan informasi mengenai perusahaan secara kreatif dan inovatif, serta menggunakan teknik animasi dalam pembuatannya.

Penelitian yang berjudul “**Perancangan Video Infografis PT. Bumi Artha Nugraha sebagai Media Informasi**” oleh Rizki Utari dari Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta yang membahas mengenai pembuatan sebuah media informasi dalam bentuk

video infografis dengan menggunakan video animasi 2D *motion graphic*. Di dalam penelitian ini dijelaskan bahwa pembuatan media informasi ini untuk membantu *branding* PT. Bumi Artha Nugraha dalam memanfaatkan perkembangan teknologi informasi khususnya dalam bidang desain grafis[4]. Kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah pembuatan sebuah media informasi dalam bentuk video animasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada. Dengan adanya video animasi diharapkan masyarakat dapat menyerap informasi yang ada dengan baik dan cepat. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penelitian dengan judul **“Perancangan Video Panduan Museum Kars Indonesia”** belum pernah dikerjakan oleh peneliti lain. Video Panduan merupakan salah satu media untuk memberikan informasi secara menarik dan kreatif. Video panduan ini menggunakan teknik animasi karena pada saat ini video animasi sedang banyak digemari oleh orang karena menarik dan membuat orang tidak mudah bosan saat melihatnya, bahkan bagi pelajar khususnya dengan menggunakan teknik animasi diharapkan dapat lebih mudah dalam menangkap informasi yang diberikan dan lebih menarik.

Komunikasi berasal dari Bahasa Latin *“comunicatus”* atau *communicatio* atau *communicare* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut Carl Hovland, Janis & Kelley komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak) [5]. Tujuan dari komunikasi adalah mengubah atau membentuk perilaku. Menurut Harold Lasswell komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” dengan saluran “apa” “kepada siapa” dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa” (*who says what in which channel to whom and with what effect*) [6]. Dalam suatu kegiatan, komunikasi menyangkut sebagai suatu disiplin atau bidang ilmu. Dalam konteks ilmiah ilmu komunikasi mempelajari teknik berkomunikasi, teknik bernegosiasi, teknik pidato dan teknik membaca puisi. Sebagai disiplin ilmu komunikasi dipelajari sebagai pendekatan ilmiah, selain itu juga menekankan unsur artistik kreatif. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan. Suatu pesan visual harus kreatif (asli, luwes, dan lancar), komunikatif, dan efektif, sekaligus indah atau estetis

[7].

Video merupakan jenis multimedia linear dimana pengguna hanya menjadi penonton dan menikmati produk multimedia yang disajikan dari awal hingga akhir [9]. Video merupakan seperangkat dari media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam waktu yang bersamaan. Video juga merupakan metode yang cerdas untuk mengirimkan multimedia kepada audiens yang melihat televisi maupun internet.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) panduan berarti petunjuk jalan, pengiring, dapat juga diartikan sebagai petunjuk. Video panduan berisikan informasi dan petunjuk mengenai suatu objek. Berbeda dengan video tutorial yang menyajikan informasi yang mendeskripsikan langkah-langkah untuk mengerjakan tentang suatu hal.

Menurut Michael Betancourt *motion graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video dan atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia. Betancourt menyatakan bahwa akar *motion graphic* adalah *visual music* dan film abstrak tahun 1920an oleh Walther Ruttmann, Hans Richter, Viking Eggeling, dan Oskar Fischinger Museum [10].

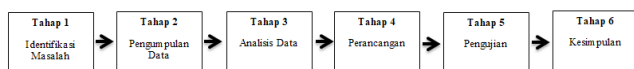
Menurut International Council of Museum, museum adalah institusi permanen, nirlaba, melayani kebutuhan public, dengan sifat terbuka, dengan cara melakukan usaha pengoleksian, mengkonservasi, meriset, mengkomunikasikan, dan memamerkan benda nyata kepada masyarakat untuk kebutuhan studi, pendidikan, dan kesenangan [11]. Menurut International Council of Museum, museum dapat diklasifikasikan kedalam enam kategori berupa *Art Museum* (Museum Seni), *Archeology and History Museum* (Museum Sejarah dan Arkeologi), *Ethnographical Museum* (Museum Nasional), *Natural History Museum* (Museum Ilmu Alam), *Science and Technology Museum* (Museum IPTEK), *Specialized Museum* (Museum Khusus) [11].

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan video panduan Museum Kars Indonesia dengan Teknik *Motion Graphic* menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif penelitian bersifat fleksibel dan berubah-ubah sesuai kondisi lapangan. Peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti sesuai dengan ketentuan sebelum melakukan tahapan lain karena tahapan berikutnya ditentukan oleh masalah yang sudah dirumuskan.

Dalam penelitian ini masalah yang didapatkan berupa museum kars belum memiliki sebuah video panduan yang dapat mempermudah pengunjung untuk memahami Museum Kars Indonesia. Jenis data yang diambil dalam penelitian ini berupa data primer, data primer berupa teks hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara dengan pengelola Museum Kars Indonesia yang dijadikan sampel penelitian dan data sekunder berupa tabel jumlah pengunjung yang datang ke Museum Kars Indonesia, buku panduan Museum Kars Indonesia, *flyer* museum kars Indonesia, foto dan video mengenai Museum Kars Indonesia. Metode pengambilan data yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan observasi ke Museum Kars Indonesia dan *mereview* dokumen data yang diberikan oleh pihak Museum Kars Indonesia.

Strategi yang digunakan adalah *linier strategy*, pada strategi ini adakalanya suatu tahap perlu diulang kembali untuk menampung umpan balik (*feed back*) sebelum tahap berikutnya dilanjutkan. Pengulangan tahap ini lazim disebut *loop*[12]. Ada kalanya terdapat dua atau lebih loop yang terkandung dalam satu *loop* yang lebih besar. Tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar 1.



Bagan 1. Tahapan Penelitian

Tahap pertama merupakan Identifikasi Masalah, dengan mendatangi Museum Kars Indonesia dan melakukan wawancara dengan pengelola Museum Kars Indonesia. Peneliti menemukan kurangnya media informasi yang digunakan untuk sosialisasi dan presentasi. Biasanya pihak museum baru akan membuat media presentasi secara dadakan dan dibuat oleh orang yang berbeda, sehingga data yang dibuat kurang akurat karna berbeda- beda. Peneliti menemukan sebuah media yang dapat secara pasti digunakan untuk media presentasi oleh Museum Kars Indonesia.

Tahap kedua merupakan pengumpulan data. Teknik pengambilan data yang digunakan akan adalah dengan melakukan wawancara langsung kepada pengelola Museum Kars Indonesia. Wawancara yang dilakukan berupa wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Lina, 2015). Untuk menunjang penelitian dengan studi pustaka dari internet, buku, jurnal dan melakukan observasi ke Museum Kars Indonesia untuk memperkuat hasil yang didapatkan dari proses wawancara dengan pengelola Museum Kars

Indonesia. Adapun hasil wawancara berupa :

- Museum Kars Indonesia merupakan museum kars terbesar dan terlengkap se asia Tenggara
- Tiket masuk ke Museum kars Indonesia gratis
- Jadwal kunjungan ke Museum Kars Indonesia mulai pukul 08.30 – 15.30 setiap hari sabtu – kamis sedangkan hari jumat dan libur nasional Museum Kars Indonesia tutup.
- Jika ingin berkunjung ke Museum Kars Indonesia bisa melakukan reservasi ke nomor (0273) 5328646 – 082135882334 atau melalui email museumkarsindo@yahoo.com
- Media informasi berupa buku panduan yang bisa didapatkan dengan membeli di tempat penjualan souvenir namun terbatas jumlah cetaknya.
- Letak museum kars yang jauh dari pusat kota, sehingga menyebabkan museum tidak memiliki akses jaringan listrik, internet, dan telepon.
- Video peraga yang ada di Museum Kars Indonesia kurang memadai
- Belum memiliki media informasi dalam bentuk video karena media informasi yang ada jumlahnya terbatas dan harus membeli terlebih dahulu.
- Museum Kars Indonesia melakukan sosialisasi ke sekolah sekolah. Sekolah yang sudah didatangi didaerah solo, wonogiri, dan gunung kidul
- Target pengunjung dari Museum kars Indonesia adalah anak- anak SMA
- Selain melakukan promosi ke sekolah- sekolah, Museum kars Indonesia juga melakkan promosi melalui media sosialnya dan juga pameran
- Kendala di Museum Kars Indonesia belum ada jaringan telepon, internet dan masih menggunakan fasilitas pribadi (*handphone* pribadi) karena fasilitas kantor yang terbatas
- Museum Kars Indonesia dikelola oleh dua pihak. Untuk Museum Kars sendiri dikelola oleh Badan Geologi (Kementrian Energi dan Sumber Daya Mineral), sehingga untuk memasuki area Museum Kars Indonesia Gratis. Sedangkan untuk area sekitar Museum Kars Indonesia (Gua-gua dan pura) dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Wonogiri sehingga membayar Rp. 2.100,- pada hari senin – kamis dan Rp. 3.100,- pada hari sabtu dan minggu.
- Terdapat auditorium yang berfungsi sebagai tempat pemutaran Film dokumenter mengenai batuan Kars yang dapat dinikmati secara gratis dan juga memberikan jasa pemandu.
- Kawasan Museum Kars Indonesia memiliki luas 20,64 H
- Museum Kars Indonesia belum mengikuti pameran lagi sejak tahun 2016, karena keterbatasan biaya dan alat peraga.
- Museum Kars Indonesia belum memiliki mascot, oleh karena itu Museum Kars Indonesia

mengharapkan adanya maskot yang bisa merepresentasikan ciri khas dari kawasan pegunungan kars

- Pada perkembangannya jumlah kunjungan ke Museum Kars Indonesia secara umum mengalami penurunan dan peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Pengunjung Keseluruhan Museum Kars Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan
Januari – Desember 2013	75.971
Januari – Desember 2014	70.125
Januari – Desember 2015	52.252
Januari – Desember 2016	84.148
Januari – Desember 2017	76.520
Januari – Juli 2018	22.157

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kunjungan di Museum Kars Indonesia pada tahun 2013 – 2015 mengalami penurunan. Namun pada tahun 2016 mengalami peningkatan. Sedangkan pada tahun 2017 masih sampai di bulan oktober jumlah pengunjung sudah berjumlah 69.523. Untuk kunjungan dari segi pelajar dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Data Pengunjung Pelajar Museum Kars Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan
Januari – Desember 2013	20.698
Januari – Desember 2014	19.582
Januari – Desember 2015	24.557
Januari – Desember 2016	27.229
Januari – Desember 2017	15.364
Januari – Juli 2018	6.124

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pelajar mulai tertarik untuk mengunjungi Museum Kars Indonesia untuk mempelajari mengenai batuan Kars.

Tahap ketiga merupakan Analisa data. Setelah pengumpulan data selesai dilakukan, kemudian data yang didapatkan dianalisa dan diolah menjadi poin-poin penting yang nantinya diperlukan dalam pembuatan konsep perancangan. Selain itu juga menganalisis faktor internal dan faktor external dari data yang sudah didapatkan agar dapat mengetahui permasalahan yang ada. Berdasarkan data yang sudah didapatkan berikut analisis faktor internal dan faktor external dari Museum Kars Indonesia:

Faktor Internal, faktor internal Museum Kars Indonesia dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Faktor Internal Museum Kars Indonesia

	FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING	KOMENTAR
Strength	Museum Kars Indonesia merupakan museum kars terbesar dan terlengkap se Asia Tenggara	0,20	4	0,80	Memiliki banyak kekuatan yaitu tempat yang strategis karena berada di lingkungan aslinya, yaitu perbukitan kars sehingga pengunjung yang datang bisa merasakan wisata edukasi yang memadai museum dengan alam. Kekuatan terbesar Museum Kars Indonesia adalah museum tersebut memiliki koleksi terbesar dan terlengkap se Asia Tenggara
	Tiket masuk Museum Kars Indonesia gratis	0,20	4	0,80	
	Lokasi Museum Kars Indonesia ada dan sepi	0,15	3	0,45	
	Selain sebagai tempat wisata Museum Kars Indonesia juga dapat digunakan sebagai sarana belajar	0,15	3	0,45	
	Kecakapan Petugas Museum Kars Indonesia dalam memandu dan menyuntik tamu sangat baik	0,15	3	0,45	
Weakness	Dapat melakukan reservasi ke nomor (0273)328646 – (021)5882334 atau melalui email museumkarsindo@yahoo.com	0,15	3	0,45	Museum Kars Indonesia harus memulai membuat media informasi agar bisa menarik pengunjung untuk datang ke Museum Kars Indonesia
	TOTAL	1		3,4	
	Mengalami penurunan pengunjung setiap tahunnya	0,12	1	0,12	
	Kurangnya aset peraga untuk presentasi dan sosialisasi	0,16	2	0,32	
	Kurang menariknya media informasi untuk memandu pengunjung datang ke Museum Kars Indonesia	0,16	2	0,32	
Buku panduan Museum Kars Indonesia tidak komunikatif	0,16	2	0,32		
Video peraga yang ada di Museum Kars Indonesia kualitasnya kurang baik	0,12	1	0,12		
Museum Kars Indonesia tidak memiliki aset dikaramakan komputer yang menyimpan logo rusak terendam banjir	0,12	1	0,12		
Museum Kars Indonesia belum memiliki maskot	0,16	2	0,32		
TOTAL	1		1,64		

Faktor External, faktor external Museum Kars Indonesia dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Faktor External Museum Kars Indonesia

	FAKTOR EXTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING	KOMENTAR
Opportunity	Kurikulum sekolah yang mewajibkan siswa untuk mengikuti program kunjungan museum	0,30	3	0,90	Museum Kars Indonesia memiliki pedas yang bagus karena tidak ada pesaing dan banyak pelajar yang penasaran
	Bahwa ada pesang	0,40	4	1,60	
	Memiliki kelebihan karena Museum Kars Indonesia dikelilingi beberapa situs goa dan luweg, yaitu goa Tembus, Goa Sodong, Goa Poto Bunder, Luweg Sapem, Goa Gilap, Goa Mica, dan Goa Sanyu Rani	0,30	3	0,90	
	TOTAL	1		3,4	
Threat	Pendanaan Museum Kars Indonesia yang sangat terbatas hingga membuat Museum Kars Indonesia tidak dapat melakukan presentasi dan sosialisasi ke sekolah-sekolah	0,12	1	0,12	Museum Kars Indonesia perlu berhati-hati terhadap ancaman dari luar karena pendanaan yang terbatas dan masih adanya kendala dalam penyampaian informasi dan kerangnya publikasi
	Museum Kars Indonesia mengalami kendala dalam penyampaian informasi dikarenakan susah signal	0,22	2	0,44	
	Kurangnya publikasi mengenai Museum Kars Indonesia secara viral	0,22	2	0,44	
	Lokasi Museum yang sulit untuk diakses kendaraan umum	0,22	2	0,44	
	Museum-museum lain yang sering mempresentasikan atau memperlihatkan isi museum mereka secara online maupun offline melalui video singkat	0,22	2	0,44	
TOTAL	1		1,88		

Setelah melakukan analisis faktor internal dan faktor external dapat disimpulkan bahwa Museum Kars Indonesia termasuk dalam kuadran II, yaitu meskipun menghadapi berbagai ancaman seperti kurangnya pendanaan, kurangnya publikas dan terbatas dalam penyampaian informasi namun Museum Kars Indonesia masih memiliki kekuatan dari segi internal berupa museum kars indonesia memiliki koleksi terlengkap dan terbesar selain didukung oleh opportunity, yaitu memiliki situs-situs gua yang berada di sekeliling Museum Kars Indonesia.

Tahap keempat Perancangan. Pada tahapan ini dibagi menjadi perancangan Konsep dan perancangan video. Pada tahapan perancangan konsep dibagi menjadi dua yaitu, konsep verbal dan konsep visual. Konsep verbal

- Pesan utama dari pembuatan video ini untuk mempermudah pengunjung memahami mengenai Museum Kars Indonesia, mereka dapat mengetahui akses menuju Museum Kars Indonesia serta fasilitas dan denah yang ada di Museum Kars Indonesia

- Ide utama dari pembuatan video panduan berupa pembuatan satu karakter yang bertugas untuk memandu dan menjelaskan mengenai bagian-bagian yang ada di Museum Kars Indonesia, meliputi akses menuju ke Museum Kars Indonesia, tiket masuk, ruangan yang ada di Museum Kars Indonesia, dan Fasilitas yang ada di Museum Kars Indonesia. Sehingga dengan dibuatnya video ini akan memberikan informasi kepada pengunjung yang datang ke Museum

Kars Indonesia
Target *audience*

Demografis

- Laki- Laki dan Perempuan
- Usia 15 – 18 th
- Pelajar SMA
- Strata ekonomi bawah – menengah

Geografis

- Keadaan lingkungan di pedesaan dengan kondisi alam yang berupa pegunungan.
- Untuk keadaan sosialnya mereka terbiasa berkumpul dan bermain ke tempat yang murah dan mudah untuk didatangi.

Psikografis

- Untuk anak umur 15-18th, mereka memiliki pola pikir yang sederhana. Untuk pengetahuan mereka tergantung dengan buku karena sulitnya akses internet di beberapa daerah tertentu.
- Mereka berkunjung ke museum hanya sekedar berkunjung, dan berkeliling untuk berfoto dan tidak memperhatikan panduan di dalam museum. Apalagi kalau panduan ke museum hanya berupa buku yang harus dibeli, mereka tidak akan membeli.

Konsep Visual

Museum Kars Indonesia belum memiliki maskot yang mewakili *image* museum kars indonesia. Lalu dilakukan pencarian data dan menemukan bahwa area disekitar Museum Kars Indonesia terdiri dari pegunungan kars dan disana terdapat goa- goa. Gambar goa dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Salah satu goa yang ada di area Museum Kars Indonesia, Goa Tembus

Biasanya terdapat kelelawar yang menempati goa- goa yang ada di perbukitan kars. Untuk gambar kelelawar dapat dilihat pada gambar 2.

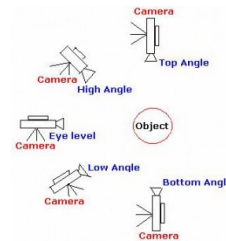


Gambar 2 Kelelawar yang tinggal di goa perbukitan kars

Dari data yang sudah dibuat lalu melakukan brainstorming dan menggabungkan antara manusia

dan kelelawar dan menjadikannya sebagai maskot Museum Kars Indonesia.

Angle yang digunakan menggunakan *Normal Angle* dan *High Angle*. Gambar jenis- jenis *angle* dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Jenis- jenis *angle*

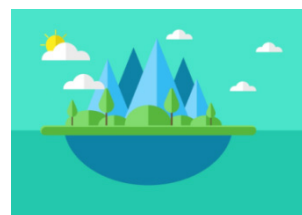
Pembuatan video panduan Museum Kars Indonesiaberdurasi antara 3 – 5 menit.

Warna yang digunakan dalam pembuatan video panduan Museum Kars Indonesia menggunakan warna warna pastel yang akan menimbulkan efek yang sejuk, nyaman, ceria, dan kalem, sesuai dengan *target audience* berupa anak anak SMA. Contoh warna pastel dapat dilihat pada gambar 4.



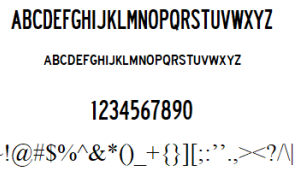
Gambar 4 Contoh warna pastel

Gaya ilustrasi dalam pembuatan video panduan Museum Kars Indonesia menggunakan *flat design*. Contoh gambar *flat design* dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5 Contoh gambar *flat design*

Tipografi yang digunakan termasuk dalam keluarga san serif, yang bernama *roadway*. Pemilihan font ini supaya lebih mudah dibaca dan dipahami oleh pengunjung. Gambar font yang digunakan dalam pembuatan video ini dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6 gambar font roadway

Jenis shoot yang digunakan yaitu *medium shoot*, *medium close up*, *full shoot*. Gambar jenis-jenis shoot yang digunakan dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7 Gambar jenis jenis shoot

Perancangan Video

Dalam merancang video panduan Museum Kars Indonesia dilakukan beberapa tahapan, yaitu : Pembuatan Karakter, Diawali dengan melakukan wawancara kepada pengelola Museum Kars Indonesia mengenai tema yang diusung oleh Museum Kars Indonesia. Mengangkat tema goa dan menjadikan kelelawar sebagai salah satu hewan yang tinggal di goa. Sehingga menjadikan kelelawar sebagai ide awal pembuatan karakter untuk video panduan Museum Kars Indonesia.

Terdapat dua pilihan karakter, yang pertama berupa bentuk kelelawar yang asli dan yang kedua berupa manusia kelelawar.



Gambar 8. Sketsa Awal karakter Museum Kars Indonesia

Lalu dibuat dalam bentuk digital dan diwarnai. Dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 9. Karakter dalam bentuk digital

Dari dua karakter tersebut terpilihlah karakter dalam bentuk manusia kelelawar.

Nama Karakter : Muska (nama Muska diambil dari singkatan Museum Kars)

Gender : Perempuan
 Hobi : Membaca
 Sifat : Lemah lembut, ceria, tegas

Scripting, pada tahapan ini terdapat sinopsis. Pada sinopsis menampilkan karakter Muska, berupa manusia kelelawar yang cantik menyampaikan ucapan selamat datang di Museum Kars Indonesia. Lalu menunjukkan lokasi dari Museum Kars Indonesia serta menjelaskan mengenai museum Kars Indonesia. Terdapat juga penjelasan mengenai fasilitas, harga tiket, dan bagian bagian yang ada didalam Museum Kars Indonesia. Lalu ditutup dengan kata kata motivasi serta ajakan untuk berkunjung ke Museum Kars Indonesia.

Storyline, tabel storyline dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Tabel storyline

No	Video	Penjelasan
1	Diawali dengan munculnya karakter muska	Pada scene ini menampilkan karakter muska yang sedang membuka video panduan dan memperkenalkan dirinya
2	Menampilkan lokasi museum Kars Indonesia tampak atas	Menjelaskan mengenai lokasi Museum Kars Indonesia, shoot dilakukan dari atas berupa gambar peta Indonesia lalu zoom in ke alamat Museum Kars Indonesia
3	Menampilkan lokasi Museum Kars Indonesia dari berbagai daerah tujuan	Menjelaskan lokasi Museum Kars Indonesia dapat diakses dari berbagai arah, yaitu dari arah Kota Wonosari (Yogyakarta), Kota Wonorejo (Jawa Tengah), dan dari Kota Pacitan (Jawa Timur)
4	Menampilkan penjelasan singkat mengenai lokasi Museum Kars Indonesia dan letak goa-goa yang ada di Museum Kars Indonesia	Menjelaskan bahwa Museum Kars Indonesia memiliki konsep <i>back to nature</i> , yaitu memadukan bangunan fisik museum dan lingkungan aslinya. Sehingga pengunjung dapat melihat apa yang ada di dalam museum sesuai dengan gambaran aslinya. Terdapat goa tembus, goa sodong, goa potro bunder, goa gilap, luweng sapen, goa mrica dan goa sonya nuni.
5	Menampilkan penjelasan mengenai peresmian Museum Kars Indonesia	Menjelaskan bahwa Museum Kars Indonesia diresmikan pada tanggal 30 Juni 2009 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono bertepatan dengan ditandatanganinya prasasti Museum Kars Indonesia di Kabupaten Sragen, Jawa Tengah, bersamaan dengan

		peresmian Technopark Industri di Sragen
6	Menampilkan denah lantai 1 Museum Kars Indonesia	Menjelaskan denah lantai 1 Museum Kars Indonesia, menampilkan penjelasan nama-nama bagian yang ada di Museum Kars Indonesia, seperti terdapat lobi Museum, diorama stalaktit dan stalakmit, peta sebaran kars dunia, kars dunia, terjadinya batu gamping, terjadinya kars, atol (kepulauan terumbu), kalit dan dolomite, karstifikasi, tentang kars, peta penyebaran batuan karbonat di Indonesia, fenomena kars di Indonesia, kars ciampa, kars gunung sewu, kars maros, kars gudawang, kars gombong, kars sangkulirang tanjung mangkalat Kalimantan selatan, goa pawon kars rajamandala, replica manusia kerdil flores, gua liang bua NTT, gambar prasejarah, kars muna, kars papua, dan tipe-tipe kars di Indonesia.
7	Menampilkan denah lantai dasar Museum Kars Indonesia	Menjelaskan denah lantai dasar Museum kars Indonesia, menampilkan penjelasan nama-nama bagian yang ada di lantai dasar Museum Kars Indonesia, terdapat diorama goa, kehidupan fauna vertebrata masa lalu, kars untuk kehidupan, air dan tanah di kawasan kars, keragaman flora dan fauna di kawasan kars, social budaya masa lalu, social budaya masa kini, kars wonorejo, fenomena dan daya tarik kars tuban, kearifan lokal di kawasan kars, nilai ekonomi kawasan kars, penambangan batu gamping,

		aneka ragam nilai kawasan kars, juga konservasi dan pengelolaan kawasan kars.
8	Menampilkan denah lantai 2 Museum kars Indonesia	Menjelaskan denah di lantai 2 Museum Kars Indonesia, yaitu terdapat ruang auditorium yang berfungsi sebagai tempat pemutaran film dokumentasi yang berkaitan dengan ilmu geologi dan juga dapat menyaksikan pemutaran film documenter yang dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai batuan kars.
9	Menampilkan karakter muska untuk menutup video	Pada scene ini muska, selaku pemandu di dalam video panduan ini menutup video panduan dengan kata-kata ajakan kepada pengunjung untuk mengajak saudara, teman, keluarga untuk datang berkunjung ke Museum Kars Indonesia
10	Menampilkan logo Museum Kars Indonesia	Menampilkan logo Museum Kars Indonesia, logo Museum Geologi Bandung, logo Fakultas Teknologi Informasi, dan logo Universitas Kristen Satya Wacana.

Storyboard, tabel storyboard dapat dilihat pada tabel 6.

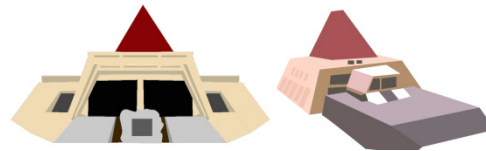
Tabel 6. Tabel storyboard

No	Scene	Shoot	Durasi
1		<i>Normal angle – Medium Shoot</i> Nampak karakter untuk video panduan Museum Kars Indonesia mengucapkan selamat datang di Museum Kars Indonesia	15"
2		<i>High angle – Full shoot</i> Tampak peta Indonesia lalu zoom menuju lokasi Museum kars Indonesia	7"
3		<i>Normal angle – medium close up</i> Menunjukkan lokasi Museum Kars Indonesia dari berbagai arah	6"
4		<i>High angle- Full shoot</i> Museum Kars Indonesia dikelilingi oleh situs goa dan luweng	10"
5		<i>Medium shoot- Normal Angle</i> Museum Kars Indonesia diresmikan dengan ditandatanganinya prasasti Museum Kars Indonesia	9"
6		<i>High Angle – Full Shoot</i> Menunjukkan bagian dari lantai 1 Museum Kars Indonesia	13"
7		<i>High Angle – Full Shoot</i> Menunjukkan bagian dari lantai dasar Museum Kars Indonesia	14"
8		<i>Normal angle- medium shoot</i> Menunjukkan ruangan auditorium Museum Kars Indonesia	13"
9		<i>Normal Angle – Medium Shoot</i> Karakter dari video panduan Museum Kars menutup panduannya	15"

Pembuatan desain, pada tahapan ini, sketsa karakter yang sudah dibuat manual lalu dibuat dalam versi digital. Setelah itu membuat desain environment pendukung yang akan digunakan untuk pembuatan video animasi 2D. Berikut desain yang sudah dibuat :



Gambar 11 desain peta indonesia

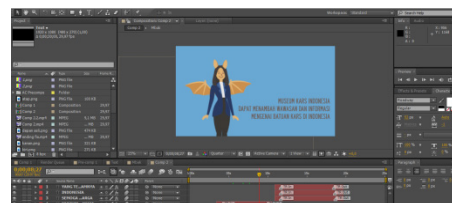


Gambar 10 desain Museum Kars Indonesia



Gambar 11 desain bagian dalam museum kars indonesia

Pembuatan animasi, pada tahapan ini menggunakan teknik *tweening*. *Tweening* adalah proses membuat sebuah animasi pergerakan dengan cara memberikan perubahan pada bentuk atau posisi objek dengan menentukan *keyframe* awal dan akhir sehingga dapat terbentuk *frame- frame* baru. Dalam pembuatan animasi ini menggunakan animasi *motion tweening* dan *motion guide tweening*. Dapat dilihat pada *scene* pertama, berupa pembukaan dari Museum Kars Indonesia. Gambar proses pembuatan animasi dapat dilihat pada gambar 12.



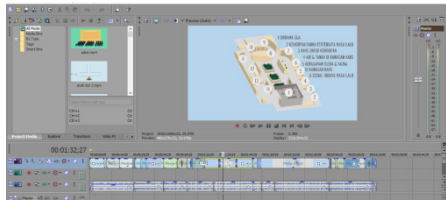
Gambar 12 Proses pembuatan animasi scene 1

Animasi dibuat dengan menggabungkan *vector-vector* yang sudah dibuat sebelumnya, dan di gerakkan sedemikian rupa. Pada *scene* pertama nampak perubahan bentuk pada *background* dan perubahan posisi pada maskot muska dibagian sayapnya yang bergerak. Setelah disusun menjadi suatu kesatuan lalu tahapan yang selanjutnya dilakukan adalah proses *rendering* per *scene*. Proses *rendering* dapat dilihat pada gambar 13.



Gambar 13 Proses rendering animasi scene 1

Lalu untuk *scene* selanjutnya juga dikerjakan dengan proses yang sama. Setelah selesai semuanya lalu bagian- bagian video yang sudah di *render* dari tiap *scene* nya disatukan dan diberi audio hasil dari *dubbing* dan diberi *backsound*. Pada proses pembuatan audio, melakukan *dubbing* saat proses pembuatan animasi sudah selesai 50% lalu melakukan proses *dubbing* sesuai dengan *script* yang sudah dibuat. Proses *editing* penggabungan audio dan video dapat dilihat pada gambar 14.

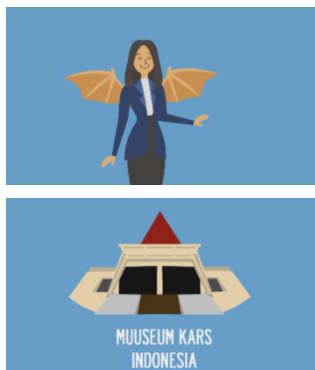


Gambar 14 Proses editing audio

Setelah selesai melakukan proses *editing* penggabungan antara audio dengan video lalu dilakukan proses *rendering*. Setelah semua tahapan dilakukan, maka proses perancangan video panduan Museum Kars Indonesia ini telah selesai. selanjutnya akan dilakukan proses pengujian. Video yang sudah selesai dibuat lalu di serahkan kepada pihak Museum Kars Indonesia untuk di evaluasi apakah isi dari video sudah menjawab kebutuhan dari museum kars indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari “Perancangan Video Panduan Museum Kars Indonesia” sebagai media informasi bagi Museum Kars Indonesia. *Scene* pertama merupakan pembukaan. Dalam *scene* ini memperlihatkan Muska (maskot dari Museum Kars Indonesia) sedang memperkenalkan dirinya dan akan memandu untuk berjalan- jalan di Museum Kars Indonesia. *Scene* 1 dapat dilihat pada gambar 15.



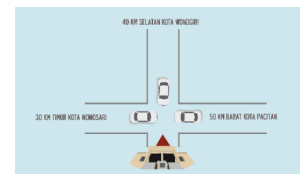
Gambar 15 Scene 1

Pada *scene* 2 menampilkan lokasi dari Museum Kars Indonesia. Diawali dari peta Indonesia lalu mengerucut ke lokasi Museum Kars Indonesia. *Scene* 2 dapat dilihat pada gambar 16.



Gambar 16 scene 2

Scene 3 menunjukkan lokasi Museum Kars Indonesia dari tiga arah, yaitu dari selatan kota Wonogiri, timur kota Wonosari, dan barat kota Pacitan. *Scene* 3 dapat dilihat pada gambar 17.



Gambar 17 Scene 3

Scene 4 menjelaskan bahwa Museum Kars Indonesia memiliki luas 24,6HA yang memiliki konsep pembangunan *back to nature*, yaitu menggabungkan bangunan fisik dengan alam sekitar juga Museum Kars Indonesia dikelilingi beberapa situs goa dan luweng. Untuk *scene* 4 dapat dilihat pada gambar 18.



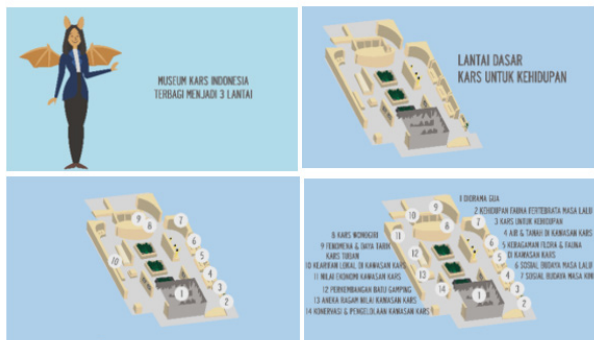
Gambar 18 Scene 4

Scene 5 memberikan penjelasan mengenai tanggal peresmian Museum kars Indonesia, yaitu tanggal 30 juni 2009 oleh Presiden Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono, di Sragen, Jawa Tengah. Gambar *scene* 5 dapat dilihat pada gambar 19.



Gambar 19 Scene 19

Scene 6 diawali dengan muska yang menjelaskan mengenai Museum Kars Indonesia yang terbagi menjadi 3 lantai. Selanjutnya menunjukkan bagian-bagian yang ada di lantai dasar. Diawali dengan memunculkan gambar denah lantai dasar beserta nomornya lalu memunculkan keterangan satu per satu. Gambar scene 6 dapat dilihat pada gambar 20.



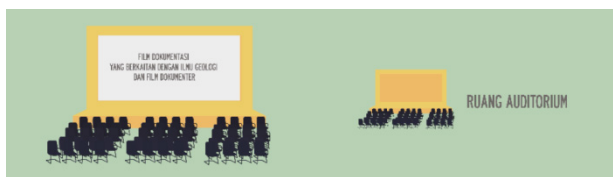
Gambar 20 Scene 6

Scene 7 menunjukkan bagian-bagian yang ada di lantai pertama. Diawali dengan memunculkan gambar denah lantai pertama beserta nomornya, lalu memunculkan keterangan satu per satu. Gambar scene 7 dapat dilihat pada gambar 21.



Gambar 21 Scene 7

Scene 8 menunjukkan Museum Kars Indonesia memiliki ruang auditorium yang berfungsi sebagai tempat pemutaran film dokumenter dan video yang berkaitan dengan kars. Gambar scene 8 dapat dilihat pada gambar 22.



Gambar 22 Scene 8

Scene 9 menunjukkan Muska menutup panduannya dan memberikan pesan juga mengajak untuk kembali datang berkunjung ke Museum Kars Indonesia. Gambar scene 9 dapat dilihat pada gambar 23.



Gambar 23 Scene 9

Video panduan Museum Kars Indonesia akan digunakan sebagai video panduan di Museum Kars Indonesia, menjadi video panduan bagi pengunjung juga sebagai media promosi bagi Museum Kars Indonesia.

Pengujian video panduan Museum kars Indonesia dengan menggunakan metode kualitatif. Pengujian dilakukan kepada beberapa narasumber berkaitan dengan penelitian yang telah dibuat, yaitu pengelola Museum Kars Indonesia, Animator, dan siswa SMA di Wonogiri.

Berdasarkan hasil dari wawancara kepada pengelola Museum Kars Indonesia, Dwi Eko Rukmini didapatkan hasil berupa video yang dibuat bagus, mengedukasi dan mudah dipahami dan cocok untuk dijadikan sebagai video panduan dan dapat juga dijadikan sebagai media promosi bagi Museum Kars Indonesia.

Menurut Jasson Presstiliano, seorang animator dibidang game dan juga pengajar di Universitas Kristen Satya Wacana, memberikan masukan untuk lebih mensinkronisasikan pergerakan animasi dengan naratornya untuk lebih diperhalus sehingga nyaman untuk dinikmati.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan siswa terhadap video panduan Museum Kars Indonesia dengan menggunakan angket yang diberikan kepada siswa SMA di Wonogiri. Hasil angket dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Angket Siswa

PERTANYAAN	JAWABAN
Apakah anda mengetahui Museum Kars Indonesia ?	Responden belum mengetahui Museum Kars Indonesia
Apakah informasi yang disampaikan dalam video panduan Museum Kars Indonesia sudah tersampaikan dengan baik?	Informasi yang disampaikan dalam video panduan Museum Kars Indonesia sudah tersampaikan dengan baik, dan informasinya dapat ditangkap dengan jelas.
Apakah penggunaan teks infografik dalam video panduan Museum Kars Indonesia mudah dipahami?	Penggunaan teks infografik dalam video panduan Museum Kars Indonesia sangat mudah dipahami
Apakah penyampaian narasi dalam video panduan Museum Kars Indonesia dapat tersampaikan dengan jelas?	Untuk penyampaian narasi dinilai sudah tersampaikan dengan jelas dan memuaskan

Apakah backsound yang digunakan dalam video panduan Museum Kars Indonesia sudah sesuai?	Backsound yang digunakan sudah sesuai
Apakah responden mengerti dan memahami informasi yang disampaikan dalam video panduan Museum Kars Indonesia?	Responden mengerti dan memahami informasi yang disampaikan dalam video panduan Museum Kars Indonesia
Apakah responden menurut media ini layak digunakan menjadi video panduan Museum Kars Indonesia?	Video panduan Museum Kars Indonesia sudah layak untuk menjadi video panduan Museum Kars Indonesia
Apakah responden setuju dengan pesan yang disampaikan dalam video panduan Museum Kars Indonesia?	Responden setuju dengan pesan yang disampaikan dalam video panduan Museum Kars Indonesia
Apakah responden merasa terbantu dengan adanya video panduan Museum Kars Indonesia?	Responden merasa terbantu dengan adanya video panduan Museum Kars Indonesia

SIMPULAN

Dari pengujian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa video panduan Museum Kars Indonesia menarik dan cocok sebagai video panduan di Museum Kars Indonesia, bahkan dapat juga digunakan sebagai media promosi bagi Museum Kars Indonesia. Diharapkan akan menambah wawasan, informasi dan pengetahuan mengenai Museum Kars Indonesia Wonogiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Hooper, Eilean-Greenhill, 1994. *Museum and Their Visitors*. London: Routledge.
- Cinemags. 2004. *The Making of Animation: Homeland*. Bandung: PT. Megindo Tunggal Sejahtera Indonesia.
- Brigitta, Yessica. 2016. *Perancangan Video Company Profile Lembah Kamuning Dairy Farm, Desa Cigugur, Kuningan dengan teknik Motion Graphic*.
- Utari, Rizki. 2014. *Perancangan Video Infografis PT. Bumi Artha Nugraha sebagai Media Informasi*.
- Hovland, Carl Iver dkk. 1953. *Communication and Persuasion Psychological Studies of Opinion Change*. Greenwood Press: University of California.
- Lasswell, Harold D. 2006. *The Structure and Function of Communication in Society*.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi.

Cangara, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.

Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital Dasar Teori dan Pengembangannya*. Penerbit Andi.

Betancourt, Michael. 2013. *The History of Motion Graphics*. Wildside Press.

International Council of Museum. 2006. *ICOM Code of Ethic for Museum*. Paris: International Council of Museum.

Sarwono, Jonathan. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi