

VIDEO PROMOSI WISATA KULINER YOGYAKARTA MENGUNAKAN *MICRODRONE*

Lilik Kustanto
Agustinus Dwi Nugroho
Jj Al-Desafinadha

Program Studi Film dan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Jalan Parangtritis Km 6,5 Sewon, Bantul, Yogyakarta
No. Hp.: 087822687909, E-mail: cinestyledronie@gmail.com

ABSTRAK

Wisata kuliner di Yogyakarta menjadi daya tarik tersendiri. Namun karena pandemi, kondisinya tidak seramai sebelumnya. Salah satu strategi yang dilakukan adalah melakukan promosi secara masif dan menarik dalam bentuk video promosi dan disebarluaskan melalui media daring seperti Instagram, Facebook, dan Youtube. Permasalahan yang timbul adalah biaya produksi pembuatan video promosi yang dianggap masih berbiaya tinggi dan membebani para penyedia wisata kuliner. Oleh karena itu, tercetuslah gagasan untuk membuat video promosi wisata kuliner di Yogyakarta menggunakan *microdrone* yang dapat menekan biaya produksi. *Microdrone* adalah *drone* berukuran kecil, ringan, dan murah. *Microdrone* pada dasarnya adalah *drone* mainan atau hobi yang dapat dimanfaatkan sebagai alat pengambilan gambar yang berkualitas dengan menyematkan kamera *high definition (HD)* atau 4K. Penggunaan *microdrone* seiring pemikiran tentang peran *drone* saat ini yang mendukung pencapaian pendidikan sehingga sangat perlu untuk selalu dikembangkan pemanfaatannya. Metode produksi video menggunakan kamera bergerak (terbang) dan statis (diam) menggunakan *microdrone*. Pengambilan gambar *aerial* hingga gambar informasi yang detail dilakukan sepenuhnya dengan menggunakan *microdrone* yang dioperasikan oleh pilot *microdrone*. Tahapan menggunakan standar tahapan produksi, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tujuan dari penelitian terapan ini adalah menyebarkan informasi wisata di Yogyakarta melalui video promosi yang menarik, efektif, dan efisien biaya namun tetap berkualitas. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *microdrone* ini menghasilkan sebuah informasi yang disajikan dalam *framing* dan komposisi gambar untuk menggambarkan objek area yang luas dan detail dari objeknya secara menarik, dengan efisiensi biaya.

Kata kunci: video promosi, wisata kuliner, *microdrone*

ABSTRACT

Video Promotion of Yogyakarta Culinary Tourism Using a Microdrone. *Culinary tourism in Yogyakarta is an attraction by itself, but because of the pandemic, the conditions are not as bustling as usual. One of the strategies is to carry out massive and attractive promotions in the form of promotional videos, and disseminate them through online media such as Instagram, Facebook and YouTube. The problem that arose was the production cost of making promotional videos which are still considerably high at cost and burdensome for culinary tourism providers. Therefore, an idea was developed to make a promotional video for culinary tourism in Yogyakarta using a microdrone which reduces production costs greatly. Microdrone is a small drone, light, and inexpensive. Microdrone is basically a toy or a hobby-like drone that can be used as a quality image capture tool by embedding an HD (High Definition) or 4K camera. The use of microdrones is in line with the thought about the current role of drones in supporting educational goals, so it is highly necessary to always develop their use. The video production method used a moving (flying) or static (still) camera with a microdrone. Aerial image capture was made to achieve detailed information images which was carried out in full usage of a microdrone operated by a microdrone pilot. While the stages used were standard production stages, namely pre-production, production, and post-production. The purpose of this applied research is to disseminate tourism information in Yogyakarta through promotional videos that are attractive, effective, and cost efficient but still having a high quality*

picture. It can be concluded that the use of this microdrone produces information that is built in framing and image composition to depict large area objects, and the details of the objects in an attractive way at an efficient cost.

Keywords: multiple role, journalists, the journalism ethics

PENDAHULUAN

Salah satu penyebab turunnya pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata adalah dampak mewabahnya Covid-19. Kondisi tersebut mengakibatkan adanya pembatasan akses keluar masuk Indonesia baik dari daerah maupun luar negeri. Yogyakarta menjadi salah satu kota yang terdampak, terlebih perekonomian di Yogyakarta yang sangat menunjang adalah sektor pariwisata. Pembatasan tersebut memengaruhi animo kunjungan wisata di Yogyakarta. Maka dari itu, salah satu strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata adalah promosi wisata yang efektif, atraktif, dan menarik. Promosi berkaitan dengan bagaimana produk tersebut dikemas dan menyampaikan informasi (kelebihan/keunggulan) melalui beragam media (Nasrullah, 2018).

Masyarakat pada masa kini sangat erat dengan era digital. Hal ini terimplementasi dalam kehidupan sehari-hari yang lekat dengan media internet, secara spesifik media komunikasi sosial seperti Instagram, Youtube, dan web. Maka dari itu, strategi berikutnya adalah penempatan promosi yang efektif dan tepat menggunakan media khususnya media sosial. Promosi melalui media sosial menjadi sebuah pilihan yang tepat karena dapat diakses dengan mudah, cepat, dan budaya media saat ini masyarakat dekat dengan media sosial untuk mencari tahu informasi tentang sesuatu hal. Promosi bisa berbentuk video promosi untuk

menyampaikan informasi menarik, dinamis, dan memiliki nilai estetis. Namun, biaya produksi promosi dalam bentuk video memiliki tingkat biaya yang tinggi dikarenakan memerlukan kebutuhan dan kelengkapan peralatan yang kompleks. Dari persoalan tersebut, perlu ide baru terkait bagaimana menciptakan sebuah produk video berbiaya rendah, namun tetap berkualitas baik. Gagasan yang ditawarkan dalam menyikapi persoalan ini adalah sebuah produksi video dengan menggunakan *microdrone* dalam pengambilan gambarnya.

Drone telah menjadi bagian teknis penting dalam produksi film. Dalam perkembangannya *drone* memiliki dua tren, yaitu mini-helikopter dengan kamera yang jauh lebih ringan yang mampu memproduksi video berkualitas tinggi. Hal ini menjadikan keuntungannya dalam hal biaya produksi penggunaan helikopter dan pilot. *Drone* dengan ukuran yang kecil dapat terbang ke ruang yang sangat sempit, dan mudah dikontrol (Brown, 2016). Namun, dalam perkembangannya muncul jenis *drone* yang memiliki ukuran kecil yang disebut *minidrone* hingga *microdrone*. *Drone* tersebut bisa dirakit secara mandiri dan berbiaya murah. Pada awalnya memang lebih dianggap sebagai mainan, namun dengan kemampuan serta kemanfaatannya, *microdrone* bisa digunakan untuk mengambil gambar dengan konsep yang lebih estetis atau sinematik. Hal ini menjadi sebuah ide yang menarik untuk rekomendasi penggunaan *microdrone* dalam produksi promo wisata kuliner, melalui media sosial.

Pengambilan gambar selalu memiliki tujuan dan motivasi, yaitu melakukan pembingkaihan (*framing*) objek atau peristiwa. Pengambilan gambar selalu diwakili oleh mata kamera dengan pergerakannya (bergerak atau statis) dan pembingkaiannya. *Framing* adalah hal pokok dalam komposisi gambar (Brown, 2016). Sebuah *framing* menjadi panduan untuk menghasilkan gambar yang sinematik dan memiliki motif tertentu, serta mampu untuk menyampaikan pesan. Thompson (2009) menjelaskan bahwa dalam menghasilkan pilihan kreatif, pilihan tersebut menghasilkan gambar lebih baik, kuat, dan lebih mudah dipahami.

Pentingnya *framing* dalam mengatur sebuah komposisi gambar dijelaskan oleh Elkins (2009). Dengan acuannya dilihat dari pengetahuan dasar sinematografi.

Konsep dalam pengambilan gambar tersebut dapat dilakukan dengan *miniquad* atau disebut *microdrone*. Sebuah gambar yang dihasilkan nantinya akan dikontrol oleh pandangan pilot dengan menggunakan *Virtual Reality* (VR) yang tentu saja disinkronkan dengan kamera FVP yang terpasang pada *miniquad*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini terdiri atas empat tahapan. Tahap pertama adalah melakukan riset objek wisata yang diproduksi. Tahap kedua, merancang naskah untuk diproduksi. Tahap ketiga proses pelaksanaan produksi menggunakan *microdrone* sebagai media pengambilan gambar. Tahap keempat adalah mendistribusikan hasil promosi melalui Facebook, Youtube, dan Instagram serta menyusun laporan penciptaan.

Hasil yang dicapai dari penelitian ini adalah sebuah video promosi wisata kuliner di Yogyakarta dengan biaya rendah, berkualitas baik, dengan pengambilan gambar menggunakan *microdrone*.

Pembuatan video promosi wisata menggunakan metode produksi sesuai standar produksi film/program televisi/video, yaitu menggunakan tiga tahapan. Tahapan tersebut adalah tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

a. Praproduksi

Tahap paling awal dari produksi adalah perencanaan. Diawali dengan ide awal yang kemudian dilakukan riset, baik riset literatur tentang kondisi pariwisata Yogyakarta saat ini melalui media cetak maupun media daring (Instagram, Youtube, Facebook) maupun dengan riset lapangan. Riset lapangan akan dilakukan dengan melihat potensi wisata di wilayah Yogyakarta sekitarnya. Juga mengamati dan menganalisis serta melihat kecenderungan tantangan dan minat masyarakat lokal serta kunjungan dari luar wilayah yang masih terbatas karena pandemi Covid-19. Selanjutnya mengumpulkan data dan mengembangkan hasil riset dalam bentuk *story line* hingga naskah sudah final. Selanjutnya menentukan objek wisata yang akan dijadikan objek dan berkoordinasi terkait perizinan dengan pihak pengelola. Pembuatan jadwal produksi serta kebutuhan teknis dan nonteknis dipersiapkan untuk merencanakan pembiayaan dan produksi hingga pascaproduksi.

Pada tahap ini, peneliti dibantu tim peneliti lapangan untuk melakukan riset baik secara literatur maupun riset lapangan. Pada kegiatan riset lapangan, selain observasi objek juga mencari informasi data melalui wawancara narasumber. Selanjutnya hasil dari data riset didiskusikan dan diolah untuk disusun kerangka

besar dari rencana penelitian terapan dalam bentuk draf naskah.

Draf naskah dibuat sebagai acuan dasar untuk perancangan produksi. Dikarenakan produksi video dalam penelitian terapan ini salah satunya berdasar pada pembiayaan produksi yang rendah, model produksi yang akan dilakukan penggabungan produksi dengan penataan dan tanpa penataan (*on the spot*). Artinya, ada pengambilan gambar yang disesuaikan di lapangan dengan melihat kondisi di lapangan.

b. Produksi

Tahap pengambilan gambar akan dilakukan setelah siap perencanaan matang dengan segala persiapan kebutuhan produksi. Dari jadwal, lokasi, perizinan, teknis, hingga melihat kondisi cuaca di lapangan. Pengambilan gambar keseluruhan menggunakan *microdrone* dengan kamera kualitas HD yang dipasangkan di *microdrone*. Gambar banyak menggunakan pergerakan kamera yang dinamis, namun tidak membosankan dan memiliki informasi yang jelas, menarik, baik teknis maupun estetis.

c. Pascaproduksi

Tahap terakhir adalah perangkaian gambar hasil dari produksi. Akan dilakukan *off-line editing* kemudian *on-line editing*. Dalam tahapan ini diproduksi musik latar untuk mengiringi segmentasi dari video promosi tersebut dan diberikan tambahan grafis untuk menguatkan informasi dan pesannya. Pada tahap ini hasil awal akan ditonton untuk dilihat kesesuaian dengan naskah dan akan direvisi untuk memperbaikinya. Setelah tahap perbaikan, hasil akhir sudah final.

Di masing-masing tahapan tersebut, para peneliti memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing sesuai dengan wilayah kerjanya (*job desk*). Peran masing-masing peneliti akan

terintegrasi sebagai satu kerja kolektif yang saling mendukung dan terkait serta memiliki peran penting. Oleh karenanya, kemampuan atau kompetensi peneliti harus sesuai dengan bidang tugas dan tanggung jawabnya dan bisa melakukan kerja sama tim dengan baik dalam hal teknis maupun nonteknis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan video promosi pariwisata ini dilakukan sesuai tahapan standar produksi film pada umumnya. Tahapan tersebut adalah tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pada saat ini kegiatan telah memasuki pada tahap pascaproduksi atau tahapan *editing*/ penyusunan gambar sebagai tahapan terakhir dari produksi. Namun, tahap akhir pascaproduksi yang sedang dilaksanakan saat ini masih pada tahap awal proses *editing*, yaitu sering disebut dengan istilah *off-line editing*.

1. Tahapan Praproduksi

a. Riset awal

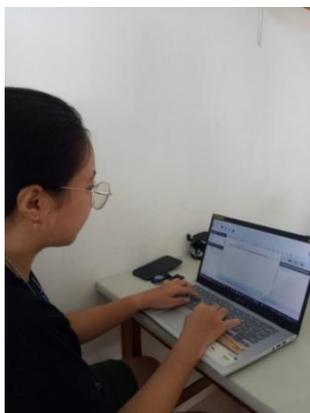
Pada tahap ini, peneliti dibantu oleh pembantu riset lapangan dalam melakukan kegiatan baik riset literatur maupun riset lapangan. Pembantu peneliti mengumpulkan data-data riset tersebut yang kemudian akan didiskusikan bersama peneliti untuk mengumpulkan data awal dan disusun menjadi *draft* naskah.



Gambar 1 Pembantu peneliti lapangan terlibat riset

b. Pembuatan *draft* naskah

Setelah data riset literatur dan riset lapangan terkumpul dan diolah serta didiskusikan dengan peneliti sebagai sutradara, dibuatlah garis besar cerita dalam bentuk draf naskah. Draf naskah sebagai acuan dasar pokok dari rencana desain video promosi yang akan diproduksi. Draf naskah sifatnya tidak kaku karena hanya sebagai benang merah sehingga di lapangan dapat berkembang sesuai kondisi dan pengembangan ide kreatif peneliti/sutradara.



Gambar 2 Penulisan draf naskah

c. Riset lanjutan

Riset lanjutan dilakukan pada saat akan dilaksanakan produksi di lapangan. Ketika proses produksi akan dimulai, sutradara (peneliti) melakukan kembali riset *on the spot* baik terhadap kondisi yang ada maupun wawancara kepada narasumber primer. Riset lanjutan ini menjadi bahan dasar pengembangan ide kreatif atau pengambilan gambar yang telah dirancang dalam draf naskah. Draf naskah menjadi acuan utama, namun dapat dikembangkan secara kondisional di lapangan sesuai dengan keadaan yang ada. Langkah sebagai upaya preventif jika ada hal-hal yang belum terdata dalam riset awal sehingga akan menambah informasi dan kreativitas visual yang akan dibuat.



Gambar 3 Melakukan riset lanjutan



Gambar 4 Melakukan riset wawancara

Dalam riset lanjutan, narasumber Dapoer Khayangan adalah Didik Nini Thowok, seniman bidang seni pertunjukan dan sekaligus sebagai pemimpin pengelola Dapoer Khayangan. Hasil pengembangan riset lanjutan adalah mengembangkan ide dari draf naskah untuk memasukkan adegan dengan Didik Nini Thowok sebagai *talent* di dalamnya.

2. Produksi

Pada tahap produksi, ada beberapa standar proses yang biasa digunakan. Standar proses tersebut tidak mengikat, namun mengikuti karakter dari produksi yang dilaksanakan. Pada kegiatan ini digunakan standar proses persiapan produksi (*setting up*), kemudian latihan pengambilan gambar (*rehearsing*), dan pengambilan gambar (*shooting*).

a. Persiapan produksi di lapangan

Tahapan produksi merupakan proses pengambilan gambar sesuai dengan rencana

yang sudah disiapkan. Pada tahap ini juga dilalui beberapa proses awal, yaitu persiapan produksi di lapangan. Persiapan produksi tersebut melingkupi pengecekan peralatan, lokasi, *talent*, dan dan lain-lain.



Gambar 5 Persiapan teknis penyiapan alat *microdrone*

Peneliti sebagai sutradara melakukan diskusi teknis kepada pilot *drone*, anggota peneliti, dan pembantu peneliti atas segala kesiapan di lapangan. Produksi dalam penelitian terapan ini menggunakan konsep produksi yang disiapkan (*scripted*) dan *on the spot* (*un scripted*) untuk merespons kejadian yang berlangsung di lapangan. Seperti adanya kunjungan wisata kuliner yang tidak disiapkan atau adanya kegiatan hiburan musik yang disajikan oleh pengelola Dapoer Khayangan.

b. Latihan pengambilan gambar

Proses selanjutnya setelah melakukan persiapan teknis adalah melakukan latihan lapangan. Latihan yang dilakukan adalah melihat lokasi yang sudah ditentukan sesuai draf naskah dan selanjutnya dilakukan uji terbang *microdrone* dengan melihat jalur penerbangan dan *cover area* yang akan ditangkap melalui kamera perekam pada *microdrone*. Hasil latihan ini dilakukan oleh pilot *drone* dan sutradara untuk kemudian didiskusikan rencana pengambilan gambarnya.



Gambar 6 Menyiapkan jalur penerbangan *microdrone* oleh sutradara



Gambar 7 Menyiapkan jalur penerbangan bersama pilot *drone*

c. Pengambilan gambar

Proses pengambilan gambar dilakukan dengan dua metode objek, yaitu yang disiapkan sesuai draf naskah dan *on the spot* untuk merespons keadaan atau kejadian di lapangan. Dalam proses ini sutradara dibantu tim lain menyiapkan dan mengatur objek yang akan diambil gambar. Sutradara juga melakukan arahan kepada para *talent* untuk adegan yang akan diperankan. Latihan kecil dilakukan untuk membantu pengarahan *talent*, objek, jalur penerbangan, dan pengambilan gambar yang diharapkan.

Pengambilan gambar yang terencana akan lebih mudah untuk diarahkan karena semua posisi dan adegan dapat diatur dengan baik dan durasi adegan bersama durasi proses pengambilan gambar tertata dan dapat terencana ketepatannya.



Gambar 8 Pengarahan pengambilan gambar oleh sutradara di lokasi dapur

Pengarahan menjadi kunci penting pada saat pengambilan gambar selain dari penyiapan teknis. Peran sutradara dalam mengarahkan, baik *talent* maupun objek yang akan diambil gambar, menjadi acuan pengambilan gambar. Semua penampilan dari hasil yang akan dicapai di bawah kontrol sutradara yang mengarahkan, baik pergerakan kamera, sudut pengambilan, objek, maupun *talent* yang muncul dalam bingkai gambar.



Gambar 9 Pengambilan gambar di lokasi dapur



Gambar 10 *Microdrone* mengambil adegan lokasi *on the spot*

Pengambilan gambar *on the spot* berbeda dengan pengambilan gambar yang sudah direncanakan di dalam naskah. Hal tersebut dikarenakan untuk merespons keadaan yang ada dan tidak ada pengarahan kepada *talent* atau objek yang ada di lapangan. Oleh karena itu, perlu kehati-hatian dalam menerbangkan *microdrone* namun tetap mengacu pada konsep estetik gambar dan informasi yang akan ditangkap.



Gambar 11 Produksi didampingi oleh pengelola Dapoer Khayangan

Secara otomatis penggunaan *microdrone* sebagai alat untuk pengambilan gambar tidak lepas dari konsep pergerakan kamera. Pergerakan kamera dengan menggunakan *microdrone* memungkinkan gambar yang dihasilkan sangatlah dinamis. Roy Thompson berbicara tentang relasi pergerakan kamera dengan objek gambar yang diambil, serta bagaimana penonton bisa menangkap informasi yang ada di dalam *frame*. “*Since the camera becomes the view point of privilege for your audience, a moving camera will really take them on a ride*” (Thompson, 2009).

Penggunaan *microdrone* dalam menggambarkan objek area yang luas dari Dapoer Khayangan ini membawa penonton dalam sebuah perjalanan untuk melihat berbagai objek. *Microdrone* yang diterbangkan memperlihatkan objek yang disusun sesuai dengan naskahnya. Pergerakan dinamis inilah yang membawa penonton mendapatkan

informasi yang beragam dari objek-objek yang ada di lokasi yang berbeda. Konsep pergerakan kamera yang menggunakan *microdrone* ini menghasilkan sebuah informasi yang dibingkai dalam *framing* dan komposisi gambar yang baik dan menarik.

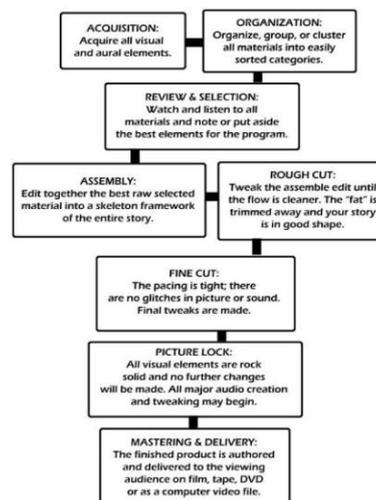
Berbeda dari pergerakan kamera pada umumnya, seperti *tracking*, *pan*, *tilt*, *zoom in*, dan *out*, pergerakan kamera menggunakan media kamera *microdrone* memiliki kekhasan yang dinamis dan bisa secara leluasa memperlihatkan berbagai arah pandang dan keluasan area. Penggunaan *microdrone* bisa memiliki jalur pergerakan maju ataupun mundur serta memutar tanpa adanya batasan. Hal ini tentu saja cocok untuk memperlihatkan area keluasan dari Dapoer Khayangan. Efektivitas informasi dibangun dengan gerak dinamis *microdrone* yang memperlihatkan berbagai objek seperti area alam, resto, kulinernya, dan aktivitas yang ada di Dapoer Khayangan.

Dengan pergerakan kamera tersebut secara ideal diperlukan pergerakan yang halus, seperti dikatakan Roy Thomshon, *The camera's motion should ideally be smooth and steady and actually "lead" the movement of the subject* (Thompson, 2009).

Pergerakan yang halus tersebut tentu saja akan membangun sebuah gerak gambar yang bisa dinikmati penonton dan memberikan efektivitas informasi visual. Pergerakan yang baik tentu harus mempertimbangkan berbagai aspek dalam menerbangkan *microdrone*, seperti kecepatan dan kondisi angin yang ada di lokasi pengambilan gambar. Pergerakan kamera yang halus menunjukkan kemapanan dari pengambilan gambar yang dihasilkan.

3. Editing

Proses *editing* merupakan proses dalam tahapan ketiga atau terakhir. Tahapan tersebut dikenal sebagai tahapan *post-production* atau pascaproduksi. Sebagai tahap akhir dari proses produksi video, pascaproduksi memberikan kesempatan terakhir untuk mencapai tujuan yang mulanya ditetapkan di awal. *as the final stage of the video production process, postproduction affords the last opportunity to reach the goal originally set by the client.* (Zettl, 2006). Tahap *editing* merupakan fungsi yang membutuhkan kombinasi pengetahuan teknis dan estetika serta kesabaran tanpa batas



Gambar 12 Tahap *editing* secara umum

Pada tahapan pascaproduksi, ada beberapa tahap kegiatan yang dilaksanakan, yaitu (1) mempelajari materi hasil gambar, (2) mengatur, (3) meninjau dan memilih gambar, (4) menyatukan gambar potongan menjadi satu kesatuan, (5) memotong secara kasar atau memotong dan menyambung gambar-gambar, (6) memperhalus hasil suntingan awal, (7) mengunci gambar sesuai pokok yang akan disampaikan, dan (8) monitor supervisi dan mengelola dengan baik (Musburger, 2005).

Proses *editing* akan menggunakan dua model, yaitu *off-line editing* dan *on-line editing*. Proses *off-line editing* merupakan proses awal penyusunan dasar dari potongan gambar-gambar yang akan disusun sehingga akan terlihat secara utuh struktur dari rangkaian gambar awal hingga akhir. Tahap ini menjadi bagian yang penting sebagai tahap dasar *editing* menyusun materi potongan gambar dari sumber utama. Memilih gambar, menyusun awal, meninjau hasil susunan, dan memotong durasi potongan gambar sehingga menjadi satu kesatuan hasil yang utuh namun masih bersifat kasar. Artinya, gambar tersusun strukturnya secara umum dan menjadi benang merah hasil akhir yang akan dicapai. *In nonlinear editing off-line means that you capture the selected shots in low resolution video and use them for your rough-cut.* Bahwa pada proses nonlinear *off-line editing* merupakan proses pemilihan gambar dan dengan resolusi rendah yang digunakan sebagai potongan kasar atau potongan dasar.



Gambar 13 Proses mengedit *off-line editing*

Tahap *editing* dipercayai bahkan oleh sebagian besar editor bahwa bagian produksi video yang benar-benar kreatif terjadi di ruang *editing*. Hal ini juga menjadi ruang penyutradaraan kedua setelah dilakukan di lapangan oleh sutradara. Sutradara memiliki kesempatan menata kembali idenya di ruang *editing* dengan berbagai pertimbangan.



Gambar 14 Materi *off-line editing*

Gambar-gambar hasil produksi yang tersimpan dalam data dan tercatat disusun kembali menjadi satu urutan atau satu kesatuan terstruktur. Urutan yang terstruktur tersebut menjadi hasil kasar *editing*. Namun, hasil dari tahap penyusunan kasar ini menjadi dasar editor mengembangkan lebih detail urutan dan kesatuan gambar. Juga menjadi acuan sutradara untuk melihat kembali hasil sementara atau hasil kasar yang selanjutnya menjadi dasar lanjutan. Sutradara masih memiliki ruang dan kesempatan untuk mengubah struktur sesuai dari yang diharapkan.



Gambar 15 Materi *off-line editing*



Gambar 16 Editor sedang melakukan proses *editing*



Gambar 17 Pengarahan proses *editing* oleh anggota peneliti

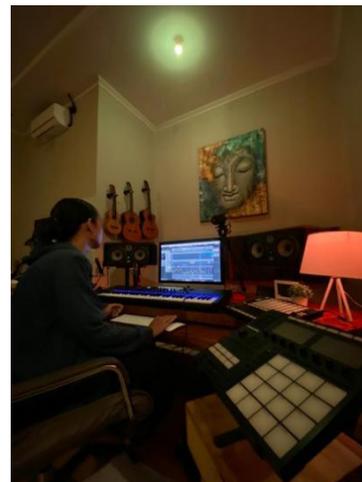
Selanjutnya akan masuk pada proses *on-line editing*, yaitu hasil dari *off-line editing* akan diperhalus dan dipastikan kembali kesesuaiannya, baik durasi gambar, susunan gambar, dan penambahan atau pengurangan gambar. Sutradara memiliki otonomi untuk mengembangkan naskah yang dirancang, dari gambar yang telah disusun di *off-line editing* menjadi bentuk struktur baru tanpa keluar dari konsep utama.

Proses penelitian terapan ini sudah masuk pada tahapan pascaproduksi awal, yaitu *on-line editing*. Secara persentase dari kegiatan sudah memasuki 70% kegiatan. Hasil pencapaian pada tahap ini berupa materi awal *editing* yang sudah tersusun struktur dan ketepatan durasinya. Hasil pengambilan gambar di lapangan telah disusun sesuai draf kerangka naskah yang disiapkan. Penyesuaian pengurutan gambar dan durasi gambar serta transisi sudah dilakukan pada

tahapan ini. Dengan demikian, secara mendasar gambar-gambar hasil perekaman di lapangan sudah tersusun sesuai alur dan sudah dapat dilihat struktur utuh. Tahap *on-line editing* juga memasukkan ilustrasi musik sehingga hasil video sudah mendekati hasil akhir.

4. Sumber Suara

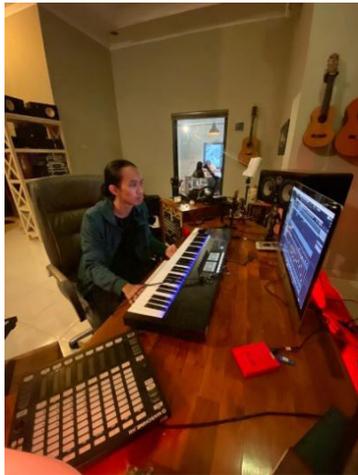
Suara atau audio menjadi bagian yang sangat mendukung pada hasil akhir dari karya video promosi. Kekuatan gambar sangat didukung oleh kekuatan suara (audio). Dalam video ini yang digunakan adalah musik ilustrasi. Musik ilustrasi dipilih sebagai musik yang memberikan kekuatan ilustrasi pada gambar yang disesuaikan dengan tema tentang wisata kuliner alam dan tradisi dengan konsep video promosi yang dinamis.



Gambar 18 Proses perancangan musik

Musik ilustrasi dipercayakan kepada ahli bidang musik yang memiliki *sense of art* musik dan berlatar belakang bidang musik. Musik ilustrasi dibuat khusus sesuai konsep dari video promosi wisata kuliner yang menggambarkan nuansa tradisi dan modernitas yang dinamis. Proses pembuatan musik ilustrasi diawali dengan diskusi antara sutradara dan perancang musik yang kemudian akan dibuatkan draf awal sebagai garis besar musik yang dilanjutkan

proses pematangan akhir setelah sesuai dengan keinginan sutradara. Tahap pembuatan musik selanjutnya masuk pada *mixing* dan yang terakhir masuk pada tahapan *mastering*. Musik hasil perancangan juga akan didaftarkan sebagai hak atas kekayaan intelektual yang menjadi luaran tambahan kegiatan penelitian terapan.



Gambar 19 Proses *editing audio mixing* dan *mastering*

SIMPULAN

Hasil karya berupa video promosi berdurasi tiga menit sudah selesai dibuat sesuai dengan konsep awal yang ditetapkan. Karya video promosi kuliner yang mewakili Dapoer Khayangan menggambarkan suasana resto tersebut dan menawarkan wisata kuliner yang dibalut dengan wisata alam. Penggambaran yang ringan, namun memberikan informasi yang menarik dan mengerucut pada segmentasi keluarga, muda, dan khusus komunitas digambarkan dengan baik. Kekuatan penggambaran didukung dengan ilustrasi musik yang digarap dengan nuansa musik tradisi Jawa digabungkan dengan musik pop sehingga lebih mendekati nuansa dan suasana di Dapoer Khayangan. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *microdrone* ini menghasilkan sebuah informasi yang dibingkai dalam *framing* dan komposisi gambar untuk menggambarkan

objek area yang luas, dan detail dari objeknya secara menarik, dengan efisiensi biaya.

Saat ini penggunaan *drone* di dunia audiovisual telah berkembang pesat. Banyak pula kajian dan penelitian yang fokus pada penggunaan dan manfaat dari *drone* di berbagai bidang. Saat ini *drone* sebagai pesawat tanpa pilot sangat terkenal di kalangan peneliti untuk memotret suatu wilayah yang akan dipelajari dari udara (Suroso, 2020). Tidak hanya hal teknis, namun persoalan estetik yang dihasilkan dari teknologi *microdrone* pun menarik menjadi bahan kajian. Namun, *drone* adalah sebuah alat saja. Hal paling penting dan menjadi pembeda dalam sebuah karya adalah ide (Samaratungga, 2018).

Penggunaan *microdrone* untuk sarana video promosi yang dikemas dengan unsur sinematografi dan *editing* yang baik tentu menghasilkan sebuah karya yang menarik. Oleh karenanya, hal utama yang harus dikembangkan adalah ide dan tentunya disusul oleh teknik, yaitu kemampuan praksis dalam merepresentasikan ide tersebut (Samaratungga, 2018).

KEPUSTAKAAN

- Brown, B. (2016). *Cinematography: Theory and practice: Image making for cinematographers and directors: Third edition*. In *Cinematography: Theory and Practice: Image Making for Cinematographers and Directors: Third Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315667829>
- Elkins, D. E. (2009). *The Camera Assistant Manuals*. Focal Press.
- Musburger, R. B. (2005). *Single-camera Video Production* (fourth edi). Focal Press.
- Nasrullah, R. (2018). *Khalayak Media, Identitas, Ideologi dan Perilaku pada Era Digital*. Simbiosis Rekatama Media.

Samaratunga, O. (2018). Eksplorasi Teknis Fotografi Udara Poros Imajiner Daerah Istimewa Yogyakarta. *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, Dan Animasi*, 14(2). <https://doi.org/10.24821/rekam.v14i2.2305>

Suroso, I. (2020). Analisis Foto Udara dengan Multicopter di Daerah Penghasil Pasir Besi Karangwuni, Temon, Kulon Progo. *Rekam*, 16(1). <https://doi.org/10.24821/rekam.v16i1.3474>

Thompson, R. (2009). *Grammar of The Shot* (Second edi). Focal Press.

Zettl, H. (2006). *Television Production Handbook* (ninth edit). San Francisco University.