

Teknik Informatika

Pembuatan Video Promosi Agrowisata Swargo Tani Menggunakan Metode *Color Grading* Dalam Teknik *Editing*

Septi Widya Rani Rahayu¹, Agusdi Syafrizal², Subhan Hartanto³

1,2,3 Teknologi Informasi, Teknik Informatika Multimedia, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 30 Mei 2025
Revisi Akhir: 31 Mei 2025
Diterbitkan Online: 01 Juni 2025

KATA KUNCI

Video Promosi, Agrowisata, Color Grading, Editing Video

Keywords:

Promotional video, Agrotourism, Color Grading, Video Editing

KORESPONDENSI

E-mail:

Agusdisyafrizal@polnes.ac.id

Sw2094931@gmail.com

subhan@polnes.ac.id

A B S T R A K

Agrowisata Swargo Tani merupakan destinasi berbasis pertanian yang terletak di Kabupaten Kutai Kartanegara. Meski memiliki potensi besar, promosi yang kurang menarik menjadi hambatan dalam menjangkau wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan video promosi yang informatif dan menarik dengan menerapkan teknik editing khususnya *color grading*. Penelitian dilakukan melalui empat tahapan produksi video: pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan distribusi. Teknik *color grading* digunakan untuk menyelaraskan warna agar visual tampak lebih natural dan estetis, dengan fokus pada elemen warna alami seperti hijau dedaunan dan biru langit. Hasil video diunggah melalui berbagai platform digital dan terbukti meningkatkan daya tarik visual serta jangkauan promosi. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *color grading* secara signifikan meningkatkan kualitas video promosi, serta menjadi inovasi dalam strategi pemasaran destinasi wisata lokal.

A B S T R A C T

Swargo Tani Agrotourism is a rural farming destination located in Kutai Kartanegara. Despite its potential, ineffective promotional strategies hinder public engagement. This study aims to develop a promotional video using editing techniques, particularly *color grading*, to improve visual appeal and message delivery. The project follows four stages: pre-production, production, post-production, and distribution. *Color grading* is applied to balance tones and enhance natural visuals such as green vegetation and blue skies. The video is published via digital platforms and effectively attracts more attention. The findings indicate that applying *color grading* enhances video quality and effectiveness in promoting local agrotourism.

PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan konsep wisata yang menggabungkan kegiatan pertanian dengan rekreasi. Agrowisata Swargo Tani di Desa Tani Bhakti, Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur, adalah contoh nyata dari potensi agrowisata yang belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal, khususnya dalam hal promosi. Fasilitas seperti kebun buah, taman bunga, dan gazebo belum dikenal luas masyarakat karena kurangnya media promosi yang menarik dan informatif.

Pembuatan video promosi menjadi strategi yang dinilai efektif karena memiliki jangkauan luas dan mampu menyampaikan pesan secara visual. Dalam video ini, salah satu teknik editing yang digunakan adalah *color grading*, yang berfungsi untuk menyelaraskan warna dan tingkat pencahayaan agar menghasilkan visual yang lebih menarik dan profesional.

Penelitian ini dilakukan untuk membuat video promosi yang mampu meningkatkan daya tarik Agrowisata Swargo Tani, sekaligus mengkaji penerapan teknik *color grading* dalam menghasilkan kualitas visual yang tinggi. Harapannya, video ini dapat mendukung eksistensi dan perkembangan pariwisata lokal secara lebih optimal.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Multimedia

Multimedia menggabungkan berbagai elemen media seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi dalam satu platform digital. Menurut Huda dan Ardi (2021), multimedia adalah media komunikasi yang mempertemukan berbagai elemen tersebut untuk menyampaikan pesan secara lebih interaktif dan menarik.

B. Video dan Video Promosi

Video adalah rangkaian gambar bergerak yang dikombinasikan dengan suara (Sidik dan Wayong Kabelen, 2021). Video promosi sendiri merupakan bentuk komunikasi visual untuk memasarkan produk, layanan, atau destinasi secara informatif dan menarik. Cahyadi dan Tangsi (2023) menyatakan bahwa konten, gaya, durasi, dan platform distribusi memengaruhi efektivitas video promosi.

C. Agrowisata

Agrowisata adalah bentuk wisata yang memadukan aktivitas pertanian dan rekreasi, serta memiliki tujuan edukatif dan ekonomi (Mpila dkk., 2020). Swargo Tani sebagai objek studi menyediakan pengalaman langsung bertani serta keindahan alam pedesaan sebagai daya tarik utamanya.

D. Editing

Editing video merupakan proses menyusun dan menyempurnakan materi video agar menjadi narasi visual yang utuh (Aryani dkk., 2022).

E. Color Correction

Color correction merupakan teknik yang digunakan untuk menyesuaikan keseimbangan dan intensitas warna guna menciptakan tampilan visual yang sesuai dengan keinginan. Proses ini bertujuan utama untuk mengatasi berbagai permasalahan warna dalam gambar dengan melakukan penyesuaian pada setiap warna secara spesifik, bukan secara keseluruhan. Selain itu, *color correction* juga mencakup pengaturan warna dan kontras, yang mirip seperti pengaturan suara jika dilakukan secara cermat, dapat menghasilkan dampak visual yang signifikan. Proses ini melibatkan penyeimbangan warna serta pengaturan pencahayaan atau eksposur pada setiap potongan gambar (Putra dan Sya'dian, 2024).

F. Color Grading

Salah satu teknik penting adalah *color grading*, yaitu proses pengaturan dan manipulasi warna untuk memperkuat suasana dan estetika visual (Putra dan Sya'dian, 2024). *Color grading* adalah teknik untuk meningkatkan warna dan meningkatkan tampilan video. Warna biasanya digambarkan sebagai spektrum cahaya, dengan panjang gelombang cahaya yang menentukan warnanya (Al-Salam dan Manesah, 2023). Sebelumnya dilakukan *color correction* untuk menyesuaikan warna asli dengan tampilan yang diinginkan (Kusdinata dan Ihwanny, 2022).

G. Capcut

Capcut digunakan sebagai perangkat lunak editing karena kemudahan dan kelengkapan fitur untuk pemula (Syahmewah, 2023). Aplikasi *Capcut* dikembangkan dan dibuat oleh ByteDance Ltd., sebuah perusahaan dan pengembang teknologi dari China. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika aplikasi ini memiliki keterkaitan dengan TikTok. Hingga saat ini, aplikasi pengeditan video ini telah berkembang pesat sejak peluncurannya pada April 2020. Di App Store dan Play Store, *Capcut* telah menerima banyak penghargaan.

H. Celtx

Celtx, salah satu perangkat lunak praproduksi paling terkenal, dirancang untuk mendukung penulisan naskah film, termasuk pintasan yang disesuaikan dengan format naskah film, seperti indentasi untuk nama karakter, dialog dan judul adegan (Clarke dan Zioga, 2022).

I. Naskah dan Storyboard

Naskah (script) merupakan kerangka utama yang menjelaskan adegan, dialog, dan struktur narasi video (Alfathoni dkk., 2021). Storyboard membantu visualisasi ide sebelum proses produksi dimulai (Cahyadi dan Tangsi, 2023).

J. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi penonton terhadap video yang dihasilkan, dengan memberikan penilaian kuantitatif atas elemen visual dan informatif dalam video (Pranatawijaya dkk., 2019). Pengujian akan dilaksanakan dengan menggunakan skala Likert, di mana responden akan diberi 5 pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Selanjutnya, nilai dari setiap pernyataan akan dihitung berdasarkan jawaban responden menggunakan rumus tertentu. (Apryani dkk., 2024):

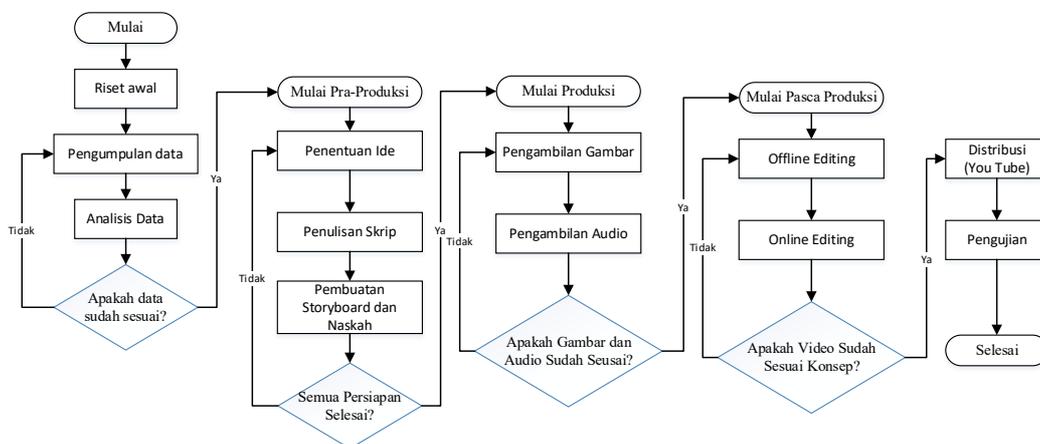
$$Nilai (\%) = \frac{Total\ Skor}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$$

Selanjutnya, setelah didapatkan nilai dari setiap pernyataan, dilakukan perhitungan untuk mengetahui nilai akhir menggunakan rumus:

$$Nilai\ Akhir (\%) = \frac{\sum(Persentase\ Nilai)}{Jumlah\ Pernyataan}$$

METODOLOGI

Penelitian dilakukan melalui empat tahapan produksi video: pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan distribusi.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

1. Pra-Produksi

Tahap ini terdiri dari berbagai kegiatan, yaitu:

- a. Perancangan Ide
- b. Penulisan Naskah
- c. Pembuatan Storyboard

2. Produksi

Pengambilan gambar dilakukan dengan kamera Sony A6000, menggunakan teknik sinematografi dan alat bantu seperti tripod dan gimbal stabilizer untuk menghasilkan footage berkualitas. Narasi direkam menggunakan microphone eksternal.

3. Pasca-Produksi

Proses editing dilakukan dengan perangkat lunak Capcut. Tahap ini meliputi penyusunan adegan, penambahan efek visual, audio, voice over, dan penerapan teknik color grading untuk memperkuat tampilan visual video.

Pasca produksi biasanya dibagi menjadi dua tahap, *offline* dan *online*.

a. *Offline editing*

Pada tahap *offline editing*, editor akan menyusun potongan-potongan video mentah dari tahap produksi menjadi satu kesatuan cerita yang utuh. Tahap ini berfokus pada struktur dan alur cerita video. Editor akan mengatur urutan pengambilan gambar, menambahkan transisi antar scene, dan memastikan kelancaran alur cerita.

b. *Online editing*

Setelah video tersusun menjadi satu cerita yang utuh, maka proses *editing* dilanjutkan ke tahap *online editing*. Tahap ini berfokus pada pemolesan video. Proses ini meliputi pewarnaan video (*Color grading*), editing suara, pembuatan grafis, animasi, teks.

4. Distribusi dan Evaluasi

Video dipublikasikan di platform YouTube dan media sosial. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan menganalisis tanggapan menggunakan skala Likert.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan informasi dan materi yang diperlukan untuk pembuatan video profil Agrowisata Swargo Tani. Berikut beberapa metode yang dapat dilakukan:

1. Studi Literatur: Menganalisis jurnal terdahulu tentang pembuatan video promosi dan penerapan *Color grading* dalam Teknik *editing*.
2. Observasi: Mengumpulkan data dan melakukan pengamatan serta merekam berbagai kegiatan dan fasilitas di Agrowisata Swargo Tani.
3. Wawancara: Melakukan wawancara dengan pengelola Agrowisata Swargo Tani dan pengunjung.

Analisis Data

Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan secara lengkap dan akurat, langkah selanjutnya adalah menyusun ringkasan yang akan dijadikan dasar dalam penulisan naskah atau skenario cerita. Tujuan dari ringkasan ini adalah untuk menyaring dan merangkum data yang telah diperoleh, sehingga hanya informasi penting dan relevan yang dipilih untuk ditampilkan dalam video. Hal ini penting mengingat durasi video Promosi Agrowisata Swargo Tani terbatas, sehingga penyampaian pesan harus dilakukan secara efektif melalui teknik editing, termasuk penerapan *Color grading* pada video.

Setelah proses produksi video selesai, tahap berikutnya adalah mendistribusikan kuesioner kepada responden dengan menggunakan skala Likert. Kuesioner ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana video tersebut berhasil menyampaikan pesan serta menarik perhatian audiens. Penilaian dilakukan berdasarkan interval skala Likert yang telah ditentukan.

Tabel 1. Interval Penilaian Likert

Nilai (%)	Hasil
0% - 20%	Sangat Tidak Setuju
20% - 40%	Tidak Setuju
40% - 60%	Netral
60% - 80%	Setuju
80% - 100%	Sangat Setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Pra Produksi

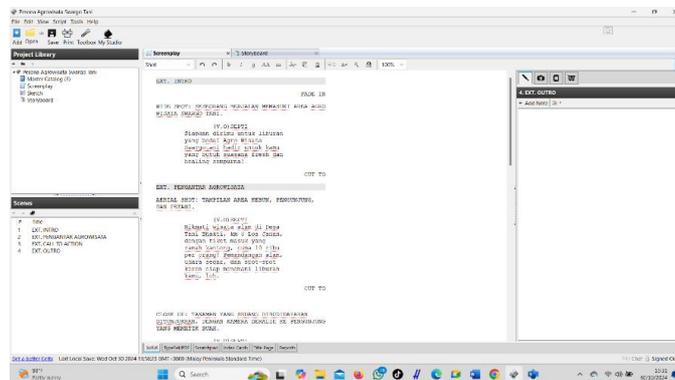
Tahap pra-produksi merupakan langkah awal yang berfungsi sebagai dasar perencanaan produksi. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data untuk menentukan alur dan konsep video. Proses yang dilakukan mencakup perumusan ide, penulisan skenario, pembuatan storyboard, serta persiapan lokasi dan perlengkapan pendukung.

1. Penentuan Ide

Ide pembuatan video promosi “Agrowisata Swargo Tani Menggunakan Teknik Editing” muncul dari ketertarikan peneliti terhadap video promosi wisata yang menampilkan visual menarik, informasi lokasi, dan teknik editing yang kuat. Peneliti ingin menghadirkan konsep berbeda dengan menonjolkan teknik *color grading* untuk memperkuat suasana visual. Minimnya video promosi Agrowisata Swargo Tani menjadi peluang untuk mengembangkan karya yang informatif dan menarik secara visual guna meningkatkan daya tarik wisatawan.

2. Menulis Skenario

Setelah memperoleh ide, peneliti melanjutkan ke tahap penulisan skenario, yang dikerjakan menggunakan aplikasi Celtx.



Gambar 2. Penulisan Skenario Pada Celtx

3. Menentukan Lokasi

Pemilihan lokasi shooting atau pengambilan gambar dipersiapkan sebelum tahap produksi untuk mempermudah penyesuaian ruang gerak aktor sesuai dengan kebutuhan skenario. Lokasi yang akan digunakan dalam proses pengambilan gambar adalah Agrowisata Swargo Tani.

4. Penyusunan *Cast* dan *Crew*

a. *Cast*

Untuk mendukung kelancaran proses produksi video, berikut ini adalah susunan *cast* yang telah disesuaikan dengan karakter dan peran masing-masing:

- Pengunjung 1 : Nuridayati
- Pengunjung 2 : Intan Gelar Nusa

Petani : Ridwan Abdul Azis

b. *Crew*

Adapun daftar *crew* yang terlibat dalam proses produksi video ini adalah sebagai berikut:

Produser : Septi Widya Rani rahayu
 Sutradara : Septi Widya Rani rahayu
 Penulis : Septi Widya Rani rahayu
 Penata kamera : Septi Widya Rani rahayu
 Editor : Septi Widya Rani rahayu

Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan pelaksanaan skenario dan storyboard yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Pengambilan gambar dan perekaman narasi dilakukan dengan menerapkan teknik tertentu untuk menghasilkan video yang berkualitas dan menarik.

1. Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar dilakukan sepenuhnya di luar ruangan (eksterior), sehingga teknik pengambilan gambar dan pencahayaan disesuaikan dengan kondisi alam. Penggunaan *stabilizer* membantu menghasilkan gambar yang stabil, terutama saat melakukan *movement* seperti *tracking shot* atau *panning*. Variasi *shot* dan *angle* diterapkan untuk menghindari kesan monoton, seperti *medium shot*, *close-up*, *wide shot*, dan *low angle*. Peneliti juga merujuk pada karya visual lain untuk memperkaya komposisi gambar agar lebih estetik dan komunikatif.

2. Perekaman Suara

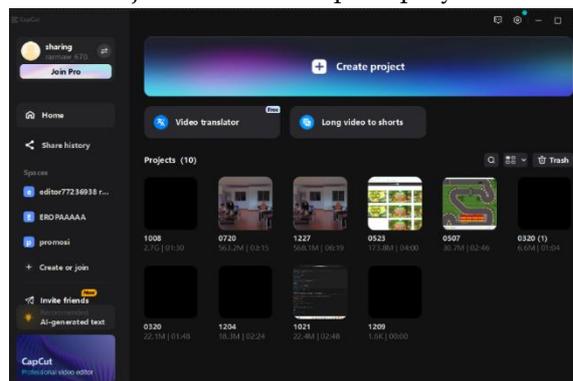
Perekaman narasi *voice over* dilakukan di ruang kedap suara untuk memastikan kualitas audio yang bersih dan bebas gangguan. Setelah direkam, audio disunting dengan teknik *noise reduction* agar terdengar jernih dan seimbang. Narasi yang terstruktur mendukung alur visual, memperkuat konteks, serta membantu penonton memahami isi video secara informatif dan profesional.

Tahap Pasca Produksi

Setelah proses pengambilan gambar dan suara selesai, proyek masuk ke tahap pascaproduksi. Di tahap ini, semua elemen visual dan audio disusun dan diedit untuk membentuk video yang utuh, sesuai dengan konsep dan rencana awal.

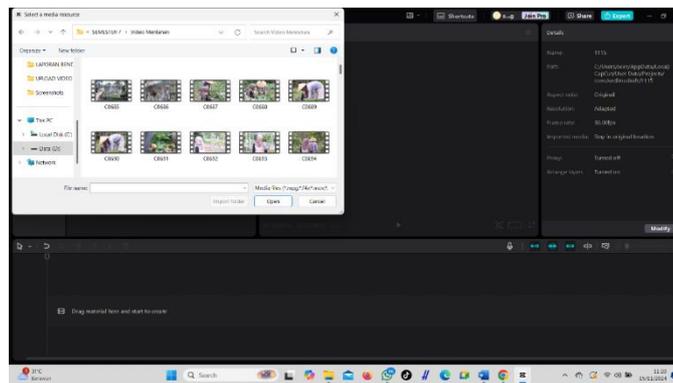
1. *Offline Editing*

Langkah pertama adalah membuka aplikasi *Capcut*, kemudian membuat proyek baru dengan memilih opsi "*Create Project*" dan memberikan judul atau nama pada proyek tersebut.



Gambar 3. Proses create project pada editing

Setelah *timeline* proyek tersedia, langkah selanjutnya adalah mengimpor atau memasukkan *file* hasil proses produksi yang telah dilakukan sebelumnya ke dalam proyek di aplikasi *Capcut*.



Gambar 4. Import file

Setelah *import file* selesai proses ini memungkinkan editor untuk mulai menyusun dan menyunting klip sesuai alur yang diinginkan. *File-file* yang diimpor mencakup semua footage, audio, dan elemen tambahan lainnya yang diperlukan untuk membangun cerita secara menyeluruh,



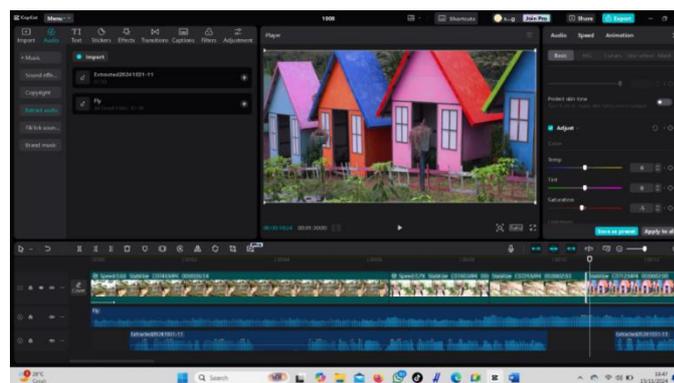
Gambar 5. Proses menjahit video pada capcut

2. *Online Editing*

Setelah offline editing selesai dan video tersusun sesuai skenario, tahap dilanjutkan ke online editing. Tahap ini berfokus pada penyempurnaan akhir, seperti penyesuaian warna (*Color grading*) guna memastikan hasil akhir sesuai dengan standar dan visi sutradara.

a. *Backsound Music*

Backsound music yang digunakan pada video promosi Agrowisata Swargo Tani adalah *Fly – All Good Folks* yang diterapkan dari *scene 1 – Selesai*.

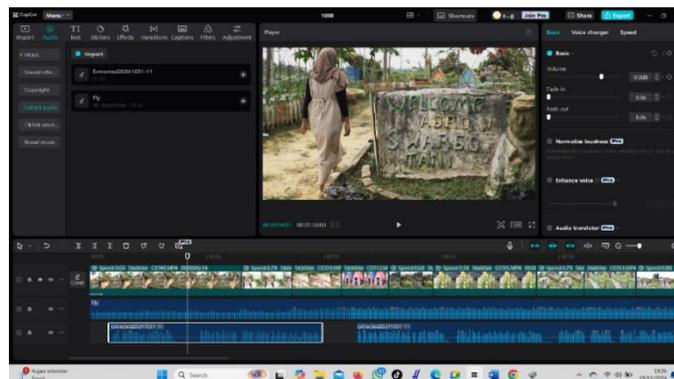


Gambar 6. Penambahan backsound music pada video

b. *Voice Over*

Voice over dalam video digunakan untuk memperkuat penyampaian informasi di beberapa bagian penting. Pada intro, narasi yang semangat digunakan untuk menarik perhatian penonton. Selanjutnya, *voice over* pengantar menjelaskan berbagai fasilitas, aktivitas, dan daya tarik Agrowisata Swargo Tani secara informatif. Bagian *call to action* mendorong audiens untuk segera

berkunjung dengan menyebutkan jam operasional dan ajakan datang bersama keluarga atau teman. Terakhir, outro mengarahkan penonton untuk mengikuti akun Instagram agar tetap terhubung dengan informasi terbaru.



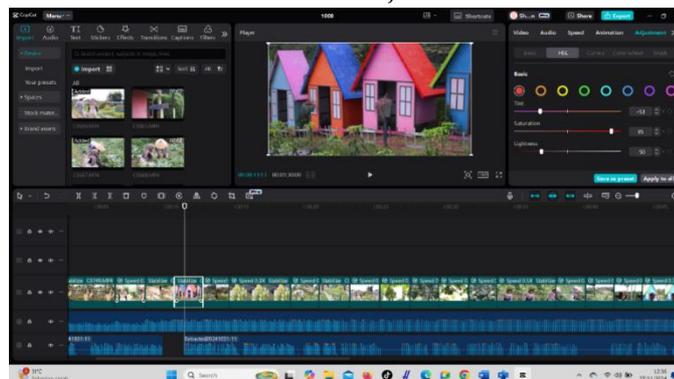
Gambar 7. Penambahan *Voice Over*

c. *Color grading*

Merupakan teknik untuk menyesuaikan warna dalam gambar untuk memastikan bahwa warna dan tingkat kecerahan sesuai untuk tampilan visual yang diinginkan.



Gambar 8. Proses Adjustment Basic



Gambar 9. Proses Adjustment HSL

Color grading dalam video promosi Agrowisata Swargo Tani dirancang untuk menonjolkan nuansa natural dan menyatu dengan keindahan alam. Warna hijau pada dedaunan diperkuat melalui peningkatan saturasi dan penyesuaian tint untuk menciptakan kesan segar dan harmoni dengan lingkungan sekitar. Warna biru langit diberikan saturasi yang moderat untuk menampilkan suasana cerah yang menenangkan, sementara warna coklat pada tanah dan elemen kayu diberi sentuhan hangat dengan tint yang sedikit bergeser ke arah oranye.

Tabel 2. Sebelum dan sesudah Color grading

<p>Sebelum dan Sesudah Adjustment Basic</p>	<p>HSL (Tint/Saturation/Lightness)</p>
 <p>Contrast: -3 Saturation: -3 Sharpness: -1</p>  <p>Saturation: -8 Exposure: -20 Contrast: +7 Highlight: -33 Shadow: -6</p>	<p>Merah: 0/ +26/ -41 Oranye: +10/ -27/ +11 Kuning: +31/ -25/ -30 Hijau: +15/ +16/ -59 Cyan: +19/ +25/ -35 Biru: 0/ 0/ 0 Ungu: 0/ 0/ 0 Pink/Magenta: 0/ 0/ 0</p>
 <p>Contrast: -3 Saturation: -3 Sharpness: -1</p>  <p>Saturation: -5 Exposure: -10</p>	<p>Merah: -53/ +85/ -50 Oranye: -30/ +52/ -49 Kuning: +54/ +71/ -45 Hijau: -11/ +30/ -57 Cyan: +10/ -18/ -26 Biru: +8/ +14/ -14</p>

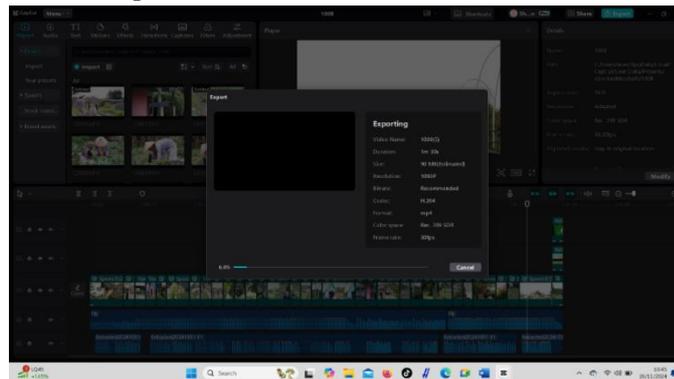
<p>Contrast: +5 Highlight: -35 Shadow: +10</p>	<p>Ungu: 0/ 0/ 0 Pink/Magenta: -7/ +20/ -36</p>
 <p>Contrast: -3 Saturation: -3 Sharpness: -1</p>  <p>Saturation: -9 Exposure: -17 Contrast: +8 Highlight: -20 Shadow: +10</p>	<p>Merah: 0/ 0/ 0 Oranye: 0/ +14/ -15 Kuning: +23/ +8/ -36 Hijau: +14/ +11/ -23 Cyan: +19/ +25/ -35 Biru: 0/ 0/ 0 Ungu: 0/ 0/ 0 Pink/Magenta: 0/ 0/ 0</p>
 <p>Contrast: -3 Saturation: -3 Sharpness: -1</p>  <p>Saturation: -5</p>	<p>Merah: +22/ -32/ +22 Oranye: -24/ +10/ +9 Kuning: +49/ +17/ -41 Hijau: +20/ +14/ -53</p>

<p>Exposure: -11 Contrast: +5 Highlight: -30 Shadow: +10</p>	<p>Cyan: +19/ +25/ -35 Biru: 0/ 0/ 0 Ungu: 0/ 0/ 0 Pink/Magenta: 0/ 0/ 0</p>
 <p>Contrast: -3 Saturation: -3 Sharpness: -1</p>  <p>Saturation: +5 Exposure: -16 Contrast: +5 Highlight: -33 Shadow: +10</p>	<p>Merah: 0/ -22/ +51 Oranye: 0/ +13/ +31 Kuning: +33/ +16/ -47 Hijau: +15/ +11/ -30 Cyan: +19/ +25/ -35 Biru: 0/ 0/ 0 Ungu: 0/ 0/ 0 Pink/Magenta: 0/ 0/ 0</p>
 <p>Contrast: -3 Saturation: -3 Sharpness: -1</p>  <p>Saturation: +5</p>	<p>Merah: 0/ +24/ -45 Oranye: +10/ -5/ -11 Kuning: +31/ -6/ -30 Hijau: +13/ +15/ -53 Cyan: 0/ 0/ 0</p>

Exposure: -10	Biru: +25/ +18/ -48
Contrast: +5	Ungu: 0/ 0/ 0
Highlight: -33	Pink/Magenta: 0/ 0/ 0
Shadow: +10	

d. *Render*

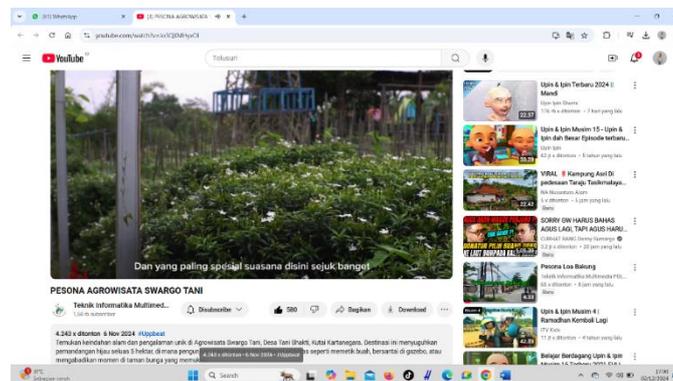
Setelah seluruh scene selesai diedit, tahap akhir yang dilakukan adalah rendering, yaitu proses menggabungkan semua elemen seperti video, audio, teks, dan gambar menjadi satu file utuh yang siap ditonton dengan kualitas optimal.



Gambar 10. *Rendering*

Tahap Distribusi

Hasil akhir dari video promosi Agrowisata Swargo Tani telah dipublikasikan melalui platform media sosial Youtube pada kanal resmi Teknik Informatika Multimedia Polnes. Video ini telah berhasil mencapai lebih dari 3.000 penayangan, dengan jumlah tayangan yang terus bertambah. Selain itu, publikasi video ini juga berkontribusi pada peningkatan jumlah subscribers di kanal tersebut, dengan tambahan kurang lebih 100 subscribers sejak video dirilis.



Gambar 11. Video Agrowisata Swargo Tani yang telah dipublikasikan

Data Pengunjung

Berdasarkan data pengunjung Agrowisata Swargo Tani sebelum dan sesudah publikasi video promosi di YouTube, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung. Sebelum video dipublikasikan, pengunjung berjumlah 21 orang, namun setelah video promosi dipublikasikan, angka pengunjung meningkat menjadi 86 orang, yang menunjukkan efektivitas video promosi dalam menarik perhatian masyarakat umum dan meningkatkan minat kunjungan ke Agrowisata Swargo Tani.

Pengukuran Skala Likert

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat efisiensi pembuatan video promosi sebagai media informasi menggunakan teknik editing. Pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan 18 pernyataan dengan responden yang terlibat dalam pengujian ini berjumlah 47 orang. Adapun hasil jawaban responden, setelah diolah menggunakan rumus:

Tabel 3. Hasil Perhitungan Kuisisioner

P	SS	S	N	TS	STS	Total	Nilai (%)
Kesesuaian Informasi							
P1	30	16	1	0	0	217	92,34%
P2	26	20	1	0	0	213	90,64%
P3	26	20	1	0	0	213	90,64%
Efisiensi Waktu							
P4	25	22	0	0	0	213	90,64%
P5	26	18	3	0	0	211	89,79%
P6	24	22	1	0	0	211	89,79%
Kualitas Visual dan Estetika							
P7	28	17	2	0	0	214	91,06%
P8	23	19	5	0	0	206	87,66%
Penggunaan Audio dan Narasi							
P9	25	21	1	0	0	212	90,21%
P10	25	17	5	0	0	208	88,51%
Keselarasn Konten dan Tujuan Promosi							
P11	25	19	5	0	0	216	91,91%
P12	28	15	3	1	0	211	89,79%
Daya Tarik dan Kepuasan Audiens							
P13	27	17	3	0	0	212	90,21%
P14	24	20	3	0	0	209	88,94%
P15	24	20	3	0	0	209	88,94%
P16	26	16	5	0	0	209	88,94%
Penggunaan Media Digital Yang Efisien							
P17	30	15	2	0	0	216	91,91%
P18	30	14	3	0	0	215	91,49%
Nilai Rata - Rata							90,19%

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dan merujuk pada interval penilaian skala Likert yang telah ditentukan sebelumnya, hasil pengujian ini masuk dalam kategori "Sangat Setuju." Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju bahwa pembuatan video promosi Agrowisata Swargo Tani menggunakan teknik editing dinilai efisien. Informasi yang disampaikan dan kualitas visual yang dihasilkan dianggap telah memenuhi ekspektasi serta sesuai dengan tujuan promosi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pembuatan video promosi Agrowisata Swargo Tani dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan distribusi yang dirancang secara sistematis. Teknik *color grading* digunakan pada tahap

pascaproduksi untuk meningkatkan kualitas visual. Hasil kuisioner menunjukkan tingkat kepuasan sebesar 90,19% (kategori Sangat Setuju), menandakan bahwa video ini efektif dan menarik sebagai media promosi.

Saran

Keterbatasan waktu membuat beberapa rencana tidak terlaksana secara optimal, sehingga pengerjaan membutuhkan waktu lebih lama. Ketelitian dalam pengambilan gambar dan perekaman suara sangat penting untuk hasil akhir yang berkualitas. Dalam penerapan *color grading*, disarankan menggunakan tone alami dan cerah agar sesuai dengan tema agrowisata dan mampu memperkuat pesan visual secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Salam, M. F., & Manesah, D. (2023). Penerapan Teknik Color Grading Dalam Menampilkan Kesan Horor Pada Film "Kejepit Mayat." *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 2(1), 39–50.
- [2] Alfathoni, M. A. M., Syahputra, B., & Roy, J. (2021). Penulisan Naskah Dalam Pembuatan Film Pendek Fiksi "Haroroan." *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 7(1), 52–64. <https://doi.org/10.22303/proporsi.7.1.2021.52-64>
- [3] Apriyani, A., Rohman, M. Z., & Metandi, F. (2024). IMPLEMENTASI ANIMASI 3D PADA VIDEO PROFIL UKM JURNALISTIK. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(6), 11483–11490. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i6.11521>
- [4] Aryani, D. N., Hariadi, S., Tjahjani, F., Zuchroh, I., Lating, A., Murtiningtyas, T., Kadarusman, Setyawan, Bunyamin, Munfaqiroh, S., & Utami, N. N. (2022). Penerapan video editing berbasis smartphone untuk mengakselerasi promosi produk unggulan kampoeng Kajoetangan Heritage. *INSPIRASI: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(1), 645–649. <https://doi.org/10.29100/insp.v19i1.3073>
- [5] Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi*.
- [6] Clarke, A., & Zioga, P. (2022). Scriptwriting for Interactive Crime Films: The Case of Scapegoat. *IFM Journal*, 2(1), 106–121. <https://doi.org/10.32920/ifmj.v2i1.1524>
- [7] Huda, A., & Ardi, N. (2021). Teknik Multimedia dan Animasi. In *Yayasan DPI*.
- [8] Kusdinata, C. V., & Ihwanny, R. (2022). Perancangan Iklan Flife melalui Penerapan Tone Warm untuk Merealisasikan Konsep Vitalitas. *Cipta*, 1(2), 186–196. <https://doi.org/10.30998/cipta.v1i2.1610>
- [9] Mpila, G. P., Gosal, P. H., & Mononimbar, W. (2020). Pengembangan Kawasan Agrowisata Di Kecamatan Modinding. *Jurnal Spasial*, 7(2), 176–185. file:///C:/Users/user/Downloads/rmsl,+125-135+Jurnal+Tompodung.pdf
- [10] Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- [11] Putra, F. A., & Sya'dian, T. (2024). Penerapan Teknik Color Grading Untuk Menunjukkan Perubahan Suasana Dalam Penciptaan Film "Hari Yang Tadi." *Journal of Art, Film, Television, Animation ...*, 3(1), 1–16. <https://journal-profsisi.or.id/index.php/framing/article/view/26%0Ahttps://journal-profsisi.or.id/index.php/framing/article/download/26/18>
- [12] Sidik, A., & Wayong Kabelen, N. (2021). video promosi pemandian air panas Banyuwedang di Desa Pejarakan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v5i1.630>
- [13] Syahmewah, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Template Pada Aplikasi Capcut Yang Memudahkan Mahasiswa Untuk Mengedit Vidio Sebagai Media Pembelajaran. *Journal of Physics and Science Learning*, 07(1), 27–32.