

Teknik Informatika

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI WISATA TERAS ALAM ULIN DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK EDITING (MATCH CUT)

Stephanie Armonika Putri¹, Agusdi Syafrizal², Subhan Hartanto³

^{1,2,3} Teknologi Informasi, Teknik Informatika Multimediai, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 08 Juni 2025
Revisi Akhir: 10 Juni 2025
Diterbitkan Online: 11 Juni 2025

KATA KUNCI

Video Promosi Match Cut, MDLC

Keywords:

Short Film, Type Of Shot,

MDLC

KORESPONDENSI

E-mail: armonikaputri@gmail.com

A B S T R A K

Dalam pembuatan film pendek yang berjudul "Kesalahan dalam Penyesalan" ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana penggunaan teknik pengambilan gambar dalam pembuatan film tersebut. Dalam cerita pada film pendek tersebut menceritakan seorang mahasiswa yang ceroboh dan kurang bertanggung jawab dalam akademinya demi bermain game. Melalui film ini, penulis menerapkan berbagai jenis pengambilan gambar, seperti Extreme Long Shot, Medium Shot, Close-Up, Cut-In, Medium Close-Up, Medium Long Shot, Extreme Close-Up, Wide Shot, Over Shoulder Shot. Untuk menonjolkan ekspresi dan suasana dalam cerita. Menggunakan Metode Multimedia Development Live Cycle (MDLC) pengembangan film pendek ini terdiri dari 6 tahap : Konsep, Desain, Pengumpulan bahan, Pembuatan, Pengujian, dan Distribusi. Pengujian film ini melalui kuisioner dengan jumlah 40 Respondent. Dan ditonton sebanyak 2.500, Like sebanyak 480, Komentar 66, dan Subscribe 100.

A B S T R A C T

In the making of the short film entitled "Kesalahan dalam Penyesalan" aims to explore the use of shooting techniques in cinematography. In the short film, it tells the story of a student who is careless and irresponsible in his academy in order to play games. Through this film, the author applies various types of shooting, such as extreme long shot, medium shot, close-up, cut-in, medium close-up, medium long shot, extreme close-up, wide shot, over shoulder shot. To highlight the expression and atmosphere in the story. Using the Multimedia Development Live Cycle (MDLC) method, the development of this short film consists of 6 stages: concept, design, material collection, manufacturing, testing, and distribution. The test of this film was through a questionnaire with a total of 40 respondents. And it was watched as many as 2,500, liked as many as 480, commented 66 and subscribed 100.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi. Media berbasis teks dan gambar sering kali kurang menarik perhatian publik, sehingga diperlukan metode penyampaian informasi yang lebih menarik. Salah satu media yang dapat menyampaikan informasi adalah video promosi. Video Promosi adalah video yang dimanfaatkan untuk memperkenalkan atau memasarkan sesuatu. (Eljihad & Syahna, 2022). Video promosi adalah media yang digunakan untuk menjalankan aktivitas promosi. (Tony & Asep, 2021). Video ini dapat menyajikan informasi secara jelas dan menarik, terutama dengan penerapan teknik editing yang sesuai, seperti Match Cut.

Teras Alam Ulin merupakan salah satu destinasi wisata yang terletak di Jl. Bersama, Sempaja Utara, Kec. Samarinda, Kalimantan Timur. Tempat ini memiliki konsep bangunan berbahan kayu ulin yang berdiri di atas danau, yang sebelumnya merupakan area bekas galian tambang. Teras Alam Ulin mulai berdiri pada tahun 2021 dan resmi dibuka untuk umum pada 14 Mei 2022. Tempat ini menawarkan suasana yang tenang dan nyaman bagi pengunjung yang ingin bersantai menikmati pemandangan danau. Berbagai fasilitas tersedia di lokasi ini, seperti tempat pemancingan, spot foto, kolam ikan, taman, gazebo, dan terapi ikan.

Meskipun memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang menarik, masih banyak masyarakat yang belum mengenal Teras Alam Ulin secara luas. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pemanfaatan media promosi yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan media promosi dalam bentuk video agar daya tarik wisata ini dapat ditingkatkan dan jangkauan informasinya lebih luas.

Video promosi ini ditujukan bagi calon pengunjung, baik dari kalangan lokal maupun wisatawan luar. Video ini akan menggunakan teknik editing Match Cut. Match Cut adalah jenis transisi dalam editing video di mana dua klip dihubungkan dengan sengaja untuk menciptakan kesamaan visual atau tematik antara keduanya (Kadek, Nyoman, & IB. Hari, 2023). Match Cut dalam video digunakan di beberapa bagian untuk menciptakan transisi yang mulus. Selain itu, teknik ini juga berfungsi menghubungkan elemen serupa, seperti gerakan, bentuk, atau objek, antara dua adegan berbeda yang tetap memiliki keterkaitan satu sama lain. Penggunaannya memungkinkan perjalanan karakter utama diceritakan dengan lebih jelas. Selain itu, Match Cut membantu penonton memahami aksi yang terjadi seiring dengan perubahan lokasi atau tempat. Dengan demikian, teknik ini berkontribusi dalam membangun struktur penceritaan sehingga perjalanan karakter dapat dipahami dengan baik.

Dalam proses pembuatannya, video promosi ini akan dikembangkan menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Metode ini diterapkan untuk memastikan bahwa setiap tahap produksi, mulai dari perancangan hingga penyajian video, dapat berjalan secara terstruktur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan video promosi yang dapat memperkenalkan Teras Alam Ulin sebagai destinasi wisata serta meningkatkan daya tarik pengunjung melalui media visual yang lebih informatif dan menarik.

TINJAUAN PUSTAKA

Video Promosi

Video promosi adalah media penyampaian informasi dalam bentuk audio visual yang menjadi kunci untuk memperkenalkan suatu merek atau menyampaikan informasi kepada konsumen (Eljihad & Syahna, 2022).

Editing

Editing adalah tahap di mana dilakukan proses pemilihan, pemotongan, dan penggabungan gambar-gambar sehingga dapat menghasilkan sebuah cerita (Khairi, Armi, Bancin, & Ikhwan, 2023).

Match Cut

Match Cut adalah teknik menyatukan beberapa shot yang terpotong, lalu diproses dengan mulus sehingga penonton dapat merasakan kesinambungan tanpa menyadari adanya pemotongan Zuhendi & Sya'dian (2021) dalam (William, 2024).

Voice Over

Voice Over adalah narasi tambahan yang terkait dengan video yang dibuat, berupa suara manusia. Dalam Voice Over, penting untuk memperhatikan pemilihan talenta atau suara yang digunakan, karena hal ini berpengaruh signifikan terhadap proses selanjutnya (Kusnadi, Khairunnisa, & Ramadhini, 2023)

CapCut

CapCut adalah aplikasi pengolah video yang dikembangkan oleh Bytedance, perusahaan teknologi yang juga dikenal sebagai pengembang aplikasi TikTok (Hasibuan & M.Pd, 2023).

Celtx

Celtx adalah software pengolah kata yang digunakan untuk menulis naskah atau skenario dalam proses kreatif pra-produksi untuk film, dokumenter, profil perusahaan, dan naskah teater. Pada antarmuka awalnya, Celtx memiliki template seperti skenario untuk film, audiovisual, pertunjukan teater, audio play, storyboard, buku komik, dan novel. Untuk penulisan naskah atau skenario, Celtx dilengkapi dengan berbagai format penulisan seperti scene heading, action, character, dialog, shot, parenthetical, transition, dan text (Darmoyo, 2020)

Naskah

Naskah adalah cerita yang disusun secara berurutan dalam adegan-adegan, lengkap dengan latar tempat, kondisi, dialog, dan sering kali mencakup penokoha (Widia Kustiawan, Tasya Salsabila 2022).

Storyboard

Storyboard adalah serangkaian alur sistem yang akan dibuat secara lengkap, di mana setiap gambar disusun sesuai dengan posisinya sehingga menggambarkan suatu alur pada setiap halamannya (Ariyana, Susanti, & Haryani, 2022)

MDLC

Metode MDLC terdiri dari enam tahap, yaitu konsep (concept), perancangan (design), pengumpulan bahan (material collecting), pembuatan (assembly), pengujian (testing), dan distribusi (distribution), (Sumendap, Tulenan, & Paturusi, 2019).

1. Konsep (Concept)

Menentukan jenis multimedia dan subyek yang akan dibuat. Pada tahap ini, tujuan pengembangan didefinisikan dan jenis aplikasi yang akan digunakan ditentukan.

2. Perancangan (Design)

Merinci apa yang akan dilakukan dan bagaimana menyajikannya. Tahap ini mencakup penulisan naskah, pembuatan storyboard, struktur navigasi, dan langkah-langkah desain lainnya.

3. Pengumpulan Data (Material Collecting)

Mengumpulkan data, audio, video, dan gambar dalam format digital yang sesuai, siap digunakan pada tahap produksi.

4. Perakitan (Assembly)

Pada tahap ini, keseluruhan proyek dibangun untuk menghasilkan multimedia yang telah direncanakan.

5. Pengujian (Testing)

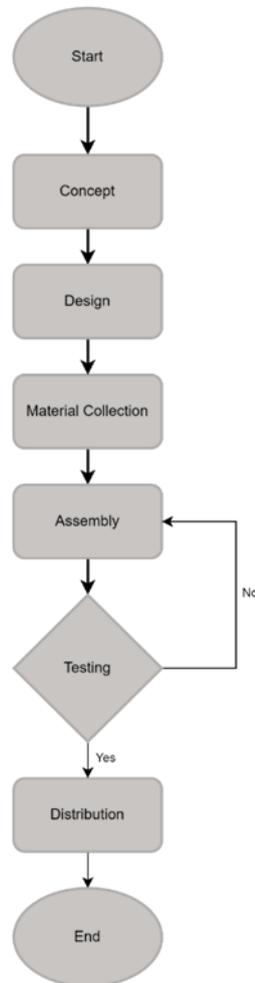
Melakukan pengujian aplikasi untuk memastikan bahwa pengembangan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

6. Distribusi (Distribution)

Menyebarkan aplikasi yang telah dikembangkan kepada pengguna, menggunakan berbagai media penyimpanan.

METODOLOGI

Pada tahapan penelitian Video Promosi “Wisata Teras Alam Ulin” ini menggunakan metode, yaitu Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Berikut ini tahapan dalam pembuatan Video Promosi tersebut :



Gambar 1. Tahapan Metode MDLC

Pada tahapan pembuatan Video Promosi “Wisata Teras Alam Ulin” dengan menggunakan teknik editing Mutch Cut ini berikut penjelasan dari beberapa tahapan metode MDLC, yaitu :

1. Konsep (Concept)
Pada tahap ini, penulis menetapkan tujuan pembuatan video promosi dan mengidentifikasi target wisatawan. Konsep cerita dan pesan utama tentang Wisata Teras Alam Ulin dirancang untuk memastikan video memiliki arah yang jelas dan menarik minat pengunjung.
2. Perancangan (Design)
Perancangan dilakukan setelah tahap konsep diselesaikan. Pada tahap design ini, salah satu proses utama adalah pembuatan naskah dan storyboard, yang berfungsi sebagai panduan atau gambaran untuk setiap adegan.
3. Pengumpulan Data (Material Collecting)
Pada tahap ini, penulis mengumpulkan seluruh materi yang dibutuhkan untuk produksi video. Materi ini mencakup rekaman video, gambar, suara, dan berbagai elemen lain yang akan menjadi bahan pendukung. Selain itu, persiapan peralatan seperti kamera, lensa, stabilizer, dilakukan untuk memastikan semua perangkat siap pakai selama proses pengambilan gambar.
4. Perakitan (Assembly)
Pada tahap pembuatan atau perakitan, semua objek atau bahan multimedia akan dilakukan sesuai dengan storyboard dan skenario yang telah disusun.

5. Pengujian (Testing)
Setelah video selesai dirakit, langkah berikutnya adalah meninjau hasilnya untuk memastikan setiap elemen berfungsi dengan baik dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Apabila video telah memenuhi standar, video dapat segera didistribusikan. Namun, jika masih terdapat masalah, video harus diperbaiki dan diuji ulang hingga mencapai hasil yang diinginkan.
6. Distribusi (Distribution)
Pada tahap distribusi, video yang telah selesai dipublikasikan melalui saluran YouTube resmi Multimedia Politeknik Negeri Samarinda (Polnes). Distribusi ini bertujuan untuk memastikan bahwa video promosi wisata Teras Alam Ulin dapat menjangkau sebanyak mungkin penonton, khususnya untuk calon pengunjung Teras Alam Ulin. Melalui strategi distribusi yang tepat, diharapkan video tersebut mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik Teras Alam Ulin di Samarinda dan sekitarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini Hasil dan Pembahasan Pembuatan Video Promosi Wisata Teras Alam Ulin dengan Menggunakan Teknik Editing Mutch Cut yaitu:

1. Tahap Pra Produksi

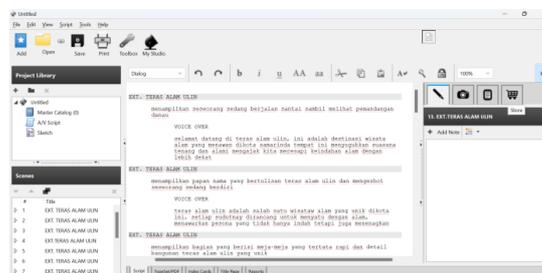
Tahap pra-produksi meliputi pencarian data awal oleh peneliti, yang berfungsi sebagai panduan untuk tahap produksi. Data yang dikumpulkan kemudian dimanfaatkan untuk menentukan alur video yang akan dibuat. Tahap pra-produksi mencakup:

a. Konsep (Concept)

Setelah menonton beberapa video promosi tempat wisata, penulis berencana menggunakan teknik editing Match Cut dalam pembuatan video promosi wisata Teras Alam Ulin. Tujuannya adalah untuk menciptakan konsep yang berbeda dari video promosi lainnya dengan memanfaatkan teknik editing Match Cut. Selain itu, karena masih kurangnya video promosi untuk Teras Alam Ulin, penulis yakin bahwa konsep ini layak dikembangkan sebagai inovasi dalam strategi promosi yang lebih menekankan pada pengalaman audiovisual.

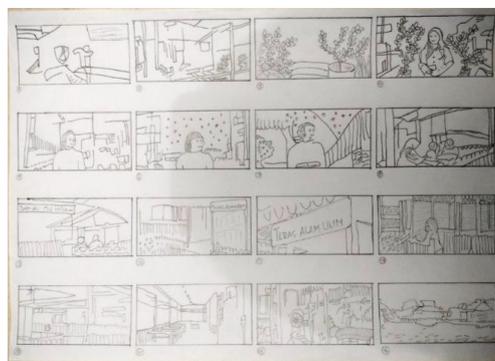
b. Desain (Design)

Pembuatan naskah. Adapun aplikasi yang digunakan untuk pembuatan naskah yaitu Celtx.



Gambar 2 Pembuatan Naskah di Aplikasi Celtx

c. Pembuatan Storyboard



Gambar 3 Pembuatan Storyboard

2. Tahap Produksi

Di tahap produksi terdiri dari dua tahap yang akan dilalui yaitu, sebagai berikut:

a. Pengumpulan Materi (Material Collecting)

Pada tahap ini, dilakukan proses pengumpulan seluruh bahan atau materi. Materi dan aset yang telah terkumpul akan diproses dan disusun sesuai dengan storyboard dan alur cerita naskah. Proses ini mencakup pengambilan gambar pada saat melakukan penyutingan video.

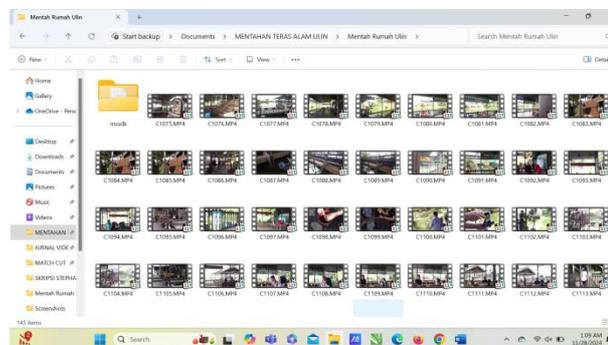
Pada gambar dibawah ini adalah proses pengambilan gambar pada Video Promosi Wisata Teras Alam Ulin.



Gambar 4 Pengambilan Gambar Menggunakan Stabilizer

b. Pemilihan Video

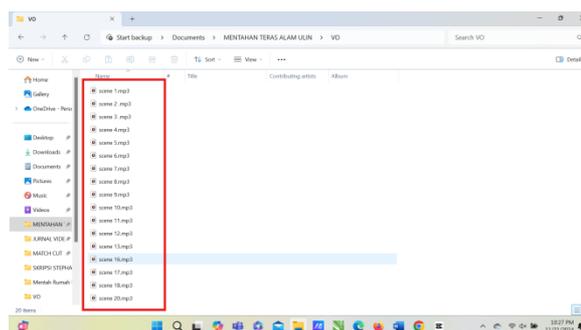
Video hasil shooting yang telah direkam dikumpulkan dalam satu folder untuk dievaluasi secara menyeluruh.



Gambar 5 Mentahan Video Dalam Satu Folder

c. Audio Recording

Gambar dibawah ini Audio hasil recording disatukan kedalam satu folder dalam file dokumen.



Gambar 6 Audio Recording dalam satu folder

3. Tahap Pasca Produksi

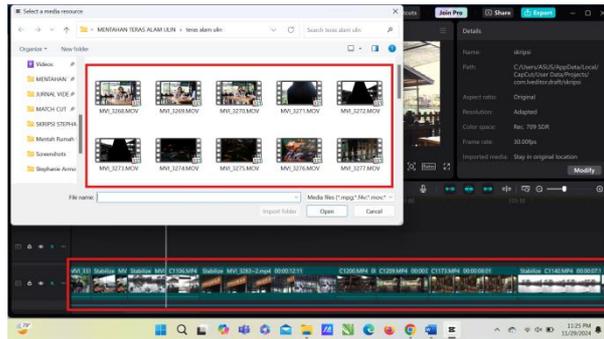
Pasca produksi adalah tahap lanjutan hasil dari proses tahap produksi sebelumnya, pasca produksi juga terdiri dari dua tahap yang akan dilalui yaitu, sebagai berikut:

4. Perakitan (Assembly)

Pada tahap perakitan atau pembuatan video promosi wisata Teras Alam Ulin akan dilakukan proses

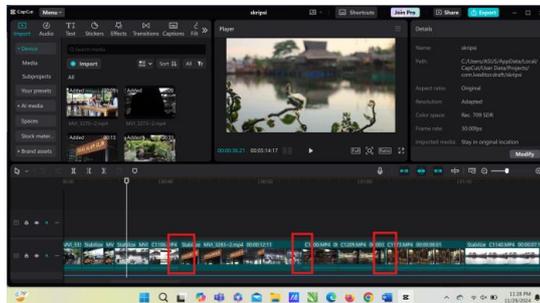
editing pada pembuatan video tersebut.

- a. Pada gambar dibawah ini import atau masukan file hasil dari produksi kedalam project aplikasi CapCut.



Gambar 7 Pemilihan Mentahan Vidio

Pada gambar dibawah ini adalah memilah hasil dari video yang akan disusun sesuai dengan alur cerita.



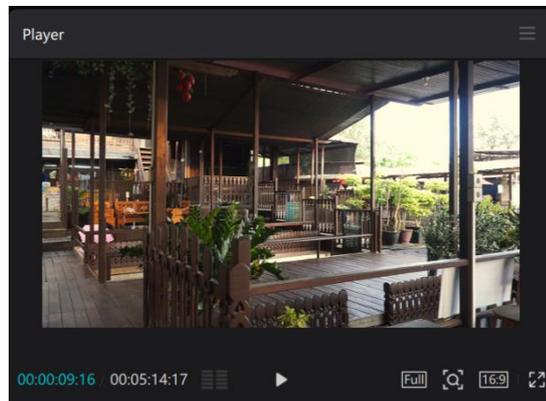
Gambar 8 Memilah Hasil Vidio

- b. Online Editing

Setelah melakukan proses offline editing dan semua video telah terusun sesuai dengan alur cerita naksah dan storyboard, maka akan dilanjutkan dengan proses online editing, semuanya akan dirancang sedemikian rupa pada tahap editing ini, hingga mendapatkan hasil video yang lebih baik. Adapun tahapannya sebagai berikut.

- 1. Aspect ratio

Aspect ratio yang digunakan dalam video ini adalah jenis ratio 16:9, yaitu video akan terlihat full screen.



Gambar 9 Aspect ratio

- 2. Mixing

Adalah proses menggabungkan atau menyatukan berbagai elemen yang telah dipilih, seperti video, Voice Over, dan musik latar.



Gambar 10 Mixing video

3. Voice Over

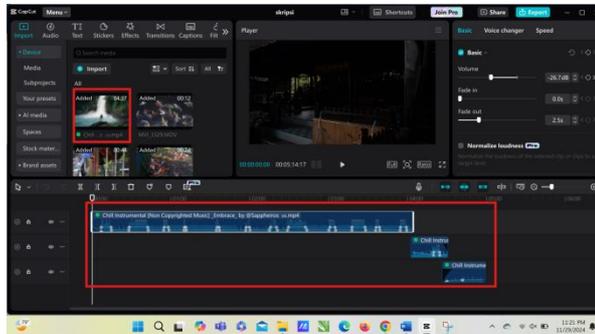
Pada gambar dibawah ini adalah gambar susunan dari Voice Over yang disusun ke dalam aplikasi CapCut sesuai dengan narasi yang dibuat.



Gambar 11 Penambahan Voice Over

4. Bacsound music pada video

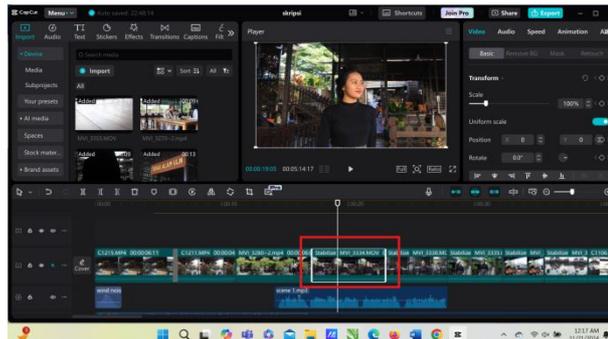
Pada gambar dibawah ini adalah penambahan bacsound music



Gambar 12 Penambahan Bacsound music

5. Match Cut pertama pada video

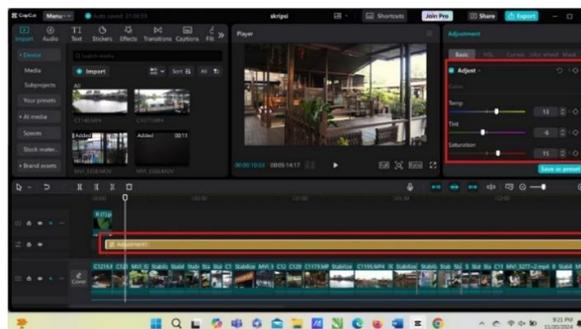
Pada gambar dibawah ini adalah menampilkan Match Cut pada video



Gambar 13 Match Cut pada video

6. Color Adjustment pada pembuatan video

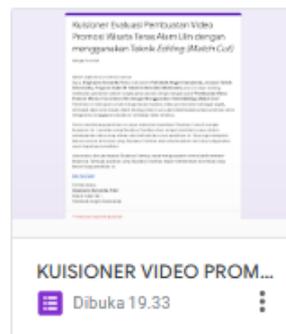
Pada gambar dibawah ini adalah untuk memperbaiki pewarnaan, pencahayaan dan contrast pada video.



Gambar 14 Penambahan Color Adjustment pada video

5. Pengujian (Testing)

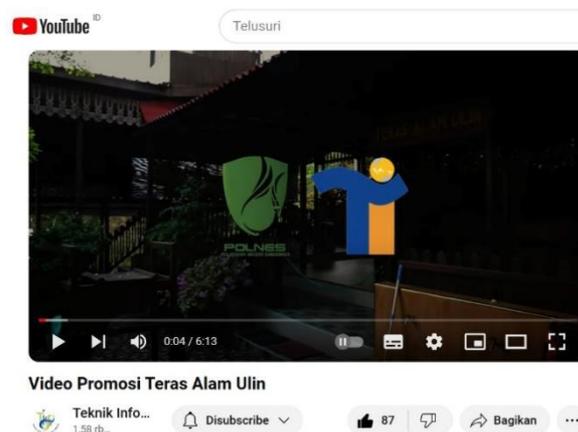
Setelah proses editing selesai, video promosi Teras Alam Ulin dicek dengan teliti. Transisi dan alur ceritanya diperhatikan satu per satu, terutama teknik Match Cut, supaya hasilnya terlihat halus dan enak dilihat. Pengujian ini dilakukan bersama dosen pembimbing 1 atas Nama : Agusdi Syafrizal,S.Kom.,M.T dan kuisisioner dengan jumlah 30 respondent agar dapat memastikan apakah Video Promosi Wisata Teras Alam Ulin ini mendapatkan hasil yang diinginkan oleh penulis.



Gambar 15 Form Kuisisioner

6. Distribusi

Hasil video ini dipublikasikan melalui platform sosial media youtube, dengan link berikut <https://youtu.be/OwvItJEilOU?si=lfRUohB8yD6Ih8-> pada kanal Youtube Teknik Informatika Multimedia POLNES.



Gambar 16 Publikasi platform sosial media youtube

- a. Pada gambar dibawah ini adalah contoh komentar tanggapan orang-orang setelah menonton video promosi wisata Teras Alam Ulin.



Gambar 16 Komentar video youtube

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari penelitian dan proses pembuatan video promosi wisata Teras Alam Ulin, dapat disimpulkan:

1. Teknik editing Match Cut membantu menciptakan transisi video yang halus dan menarik, sehingga membuat alur cerita video lebih nyaman untuk dinikmati.
2. Video promosi ini mampu menampilkan keunikan utama Teras Alam Ulin, seperti terapi ikan, gazebo, dan danau, yang cocok untuk pengunjung yang ingin bersantai dan menikmati suasana alam.
3. Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) mempermudah pengorganisasian tahapan pembuatan video, dari perencanaan hingga hasil akhir.
4. Video berdurasi enam menit yang dihasilkan sudah sesuai dengan tujuan awal pembuatan dan dapat menjadi sarana promosi yang menarik.

Saran

Berdasarkan hasil yang dicapai, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Tambahkan Konten Lain di masa depan, video dapat ditambahkan wawancara pengunjung atau pengelola untuk memberikan informasi tambahan dan sudut pandang yang lebih personal.
2. Tingkatkan Teknik Editing Penambahan animasi atau efek visual dapat memberikan nilai tambah agar video lebih menarik dan modern.
3. Variasikan Pengambilan Gambar Penggunaan sudut pandang yang lebih beragam dan pengaturan pencahayaan yang baik dapat meningkatkan kualitas visual video.
4. Penelitian Lanjutan Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi proyek serupa, khususnya untuk pengembangan video promosi di destinasi wisata lainnya dengan eksplorasi teknik atau konsep baru.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Eljihad , A. S., & Syahna. (2022). Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal Of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 150-119.
- [2] Tony , W., & Asep, K. D. (2021). Perancangan Dan Pembuatan Video Promosi Wisata Kota Bengkulu Menggunakan Metode ADDIE. *Conference On Business, Social Sciences And Technology*, 365-374.
- [3] Kadek, D. A., Nyoman , P., & IB. Hari , S. K. (2023). Penerapan Konsep Dimensi Editing Ritmis Pada Film Bukan Salahku. *Jurnal Calaccitra*, 1-7.
- [4] Khairi, A. S., Armi, H., Bancin, H., & Ikhwan, A. (2023). Analisis Penggunaan Teknik Editing Pada Music Video Stray Kids Thunders. *Jurnal Sains Dan Teknologi (JSIT)*, 1-5.
- [5] William , S. (2024). Analisis Match Cut Dalam Membangun Penceritaan Dalam Film Everything Everywhere All At Once. *Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, Vol. 20 No, 1-22.
- [6] Kusnadi, H. K., Khairunnisa, D. S., & Ramadhini, R. Y. (2023). Penerapan Voice Over Pada Motion Graphic "Permohonan Pengusaha Kena Pajak" Di KPP Pratama Bogor. *Kajian Dan Penelitian Umum*, 310-319.
- [7] Hasibuan, A. H., & M.Pd, F. R. (2023). Optimalisasi Pengelolaan Audiovisual menggunakan Aplikasi Capcut. *Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 29-37 .
- [8] Darmoyo. (2020). Pembuatan Film Pendek Berjudul 'Jangan Menyerah' Dengan Menggunakan Kamera Smartphone. *Of Information System And Technology*, 80-86.
- [9] Ariyana, Y. R., Susanti, E., & Haryani, P. (2022). Rancangan Storyboard Aplikasi Pengenalan Isen-Isen Batik Berbasis Multimedia Interaktif. *Sains Dan Teknologi*, 321-331.
- [10] Sumendap, Y. I., Tulenan, V., & Paturusi, D. S. (2019). Pembuatan Animasi 3 Dimensi Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle Studi Kasus : Tarian Dana Dana Daerah Gorontalo). *Teknik Informatika*, 227-234