

E-ISSN: 2528-6544

P-ISSN: 2620 - 3383 Vol.  
No.5 Februari 2021

Technomedia Journal

TMD

TMD

Technomedia Journal

iLearning Journal Center (iJC)



## **Media Video Promosi Pada Roofpark Café & Restaurant Puncak Bogor Jawa Barat**

Lusyani Sunarya<sup>1</sup>  
Ayunda Dwi Purbayani<sup>2</sup>  
Nadya Handayani<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains and Teknologi, Universitas Raharja  
Tangerang, Indonesia  
Email: [lusyani@raharja.info](mailto:lusyani@raharja.info)<sup>1</sup>, [ayunda@raharja.info](mailto:ayunda@raharja.info)<sup>2</sup>, [nadya.handayani@raharja.info](mailto:nadya.handayani@raharja.info)<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

*Kegiatan promosi saat ini sangat penting untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa guna meningkatkan daya Tarik masyarakat luas. Roofpark Café & Restaurant sebelumnya hanya menggunakan media video vlog yang masih sederhana, website, serta menggunakan beberapa media cetak berupa brosur, banner dan media Koran. Sehingga media promosinya dirasa belum tepat, informasinya masih kurang lengkap dalam menginformasikan perkembangan terbaru. Roofpark Café & Restaurant merupakan café yang memiliki konsep instagramable dan garden. Roofpark Café & Restaurant berlokasi di Jl. Raya Cimacan, Palasari, Kec. Cipanas, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Permasalahan saat ini membutuhkan perancangan media video promosi dengan informasi yang lebih lengkap, update dan menarik. Maka diperlukan adanya video promosi melalui social media dan youtube, sehingga dapat meningkatkan target pengunjung setiap tahunnya dan dapat dikenal masyarakat luas. Metode penelitiannya yaitu dengan Menggunakan Metode Pengumpulan Data, Analisis SWOT, Perancangan Media, dan Konsep Produksi Media (KPM). Hasil dari penelitian ini berupa media video promosi Roofpark Café & Restaurant yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat pada Roofpark Café & Restaurant.*

**Kata Kunci** — *Video Promosi, Informasi, Restaurant*

### **ABSTRACT**

*Current promotional activities are very important to introduce a product or service to increase the appeal of the wider community. Previously Roofpark Café & Restaurant only used simple video vlogs, websites, and used several printed media in the form of brochures, banners and newspaper media. So that the promotion media is not right, the information is still incomplete in informing the latest developments. Roofpark Café & Restaurant is a café that has an instagramable and garden concept. Roofpark Café & Restaurant is located on Jl. Raya Cimacan, Palasari, Kec. Cipanas, Cianjur Regency, West Java. Current problems require the design of promotional video media with more complete, updated and interesting information. So there is a need for promotional videos through social media and YouTube, so that it can increase the target of visitors every year and can be known to the wider community. The research method is to use data collection methods, SWOT analysis, media design, and the concept of media production (KPM), namely pre production, production, and postproduction. The results of this research are in the form of promotional video media for Roofpark Café & Restaurant which is expected to attract public interest in Roofpark Café & Restaurant.*

**Keywords** — *Promotion Video, Information, Restaurant*

## **PENDAHULUAN**

Promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen, baik langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual<sup>[1]</sup>.

*Roofpark Café & Restaurant* merupakan salah satu tempat makan dimana masyarakat menghabiskan waktu bersama kerabat baik untuk makan, minum, membaca, maupun untuk tempat hiburan atau bertukar cerita. Berlokasi di Jl. Raya Cimacan, Palasari, Kec. Cipanas, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

*Roofpark Café & Restaurant* memiliki konsep yaitu *garden* dan *instagramable*. Restoran ini menyajikan 138 jenis menu makanan pilihan, baik *Traditional Food*, *Western Food* dan lebih dari 83 jenis minuman yang dijamin kehalalannya dan tidak diragukan lagi kualitasnya. Fasilitas yang dimilikinya, bisa dinikmati oleh calon pengunjung atau wisatawan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa dan sangat cocok untuk kegiatan apapun.

*Roofpark Café & Restaurant*, sebelumnya hanya menggunakan media video *vlog* yang belum *update* dan masih sederhana, *website*, serta menggunakan beberapa media cetak berupa brosur dan media koran yang informasinya masih kurang lengkap dan efektif dalam menginformasikan perkembangan terbaru.

Video promosi adalah media komunikasi secara visual, yang berisi pesan yang dapat dilihat audiensi dan tentu saja berkaitan dengan hal komersial<sup>[2]</sup>.

Untuk itu diperlukan adanya perancangan *video* promosi guna menyampaikan informasi secara lengkap, *update* dan menarik mengenai fasilitas, produk makanan dan minuman serta keunggulan *Roofpark Café & Restaurant* kepada calon pengunjung dan masyarakat.

Tujuan dari pembuatan video promosi ini adalah untuk menghasilkan media video promosi dengan konsep video yang lebih kreatif dan inovatif, sebagai daya tarik utama menyampaikan informasi dan promosi *Roofpark Café & Restaurant*.

Melalui *video* promosi ini, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung setiap tahunnya serta membantu kegiatan promosi *Roofpark Café & Restaurant* dengan strategi promosi melalui *youtube*, media sosial serta informasi pada *LCD restaurant*.

## **PERMASALAHAN**

Permasalahan yang terdapat pada *Roofpark Café & Restaurant*, sebelumnya hanya menggunakan media video *vlog* yang belum *update* dan masih sederhana, *website*, serta menggunakan beberapa media cetak berupa brosur dan media koran yang informasinya masih kurang lengkap dan efektif dalam menginformasikan perkembangan terbaru. Sehingga dibutuhkan perancangan media *video* promosi untuk menyampaikan informasi lengkap, *update* untuk menarik minat calon pengunjung dan masyarakat untuk berkunjung atau mengadakan *event* di *Roofpark Café & Restaurant*.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) Metode Pengumpulan Data, metode ini digunakan dengan cara melakukan Observasi, wawancara (*Interview*) dan Studi pustaka. (2) *Video* promosi pada *Roofpark Café & Restaurant* ini dirancang dengan menggunakan aplikasi program komputer grafis, yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2017*, *Adobe Audition CC 2017*, *Adobe After Effect CC 2017* dan *Adobe Photoshop CC 2017*. Konsep Produksi Media (KPM) terdiri dari: *Pre Production*, *Production* dan *Post Production*.

### *Literature Review*

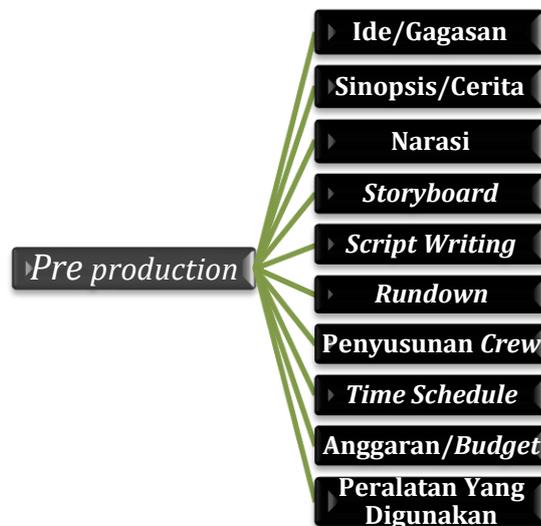
Berikut adalah beberapa penelitian yang berkaitan dengan media *video* Promosi ini yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Nurjaman, Zam Zam (2017) dengan judul “*Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Pada Restoran Ranjang 69*” hasil penelitian ini adalah *Video* Promosi dan foto pada Restoran Ranjang 69.<sup>[3]</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Imam, dkk (2017) dengan judul “*Perancangan Media Promosi Video Youtube Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto Berbasis Budaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*” hasil dari penelitian ini adalah *Video* Promosi *Youtube* Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto.<sup>[4]</sup>
3. Penelitian yang dilakukan oleh Purwasi, dkk (2018) dengan judul “*Perancangan Video Promosi Objek Wisata Ranudi Kabupaten Probolinggo Jawa Barat*” penelitian ini bertujuan Untuk merancang sebuah *video* yang dapat digunakan sebagai media promosi wisata yang terdapat di Kabupaten Probolinggo.<sup>[5]</sup>
4. Penelitian yang dilakukan oleh Narita (2016) dengan judul “*The Evaluation of Promotion Strategy of Museum Bali*” tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengevaluasi strategi promosi *Video* Promosi *Museum* Bali Puputan Badung, Denpasar, Bali, untuk meningkatkan jumlah pengunjung.<sup>[6]</sup>
5. Penelitian yang dilakukan oleh Waung (2016) yang berjudul “*Self-Promotion Statements in Video Resumes: Frequency, and Gender Effects on Job Applicant Evaluation*” tujuan dari penelitian ini adalah Untuk meneliti efektivitas promosi diri dalam konteks *resume video* sebagai permohonan pekerjaan.<sup>[7]</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. *Preproduction*

*Pre Production* adalah tahapan proses perancangan video yang terdiri dari ide atau gagasan, pembuatan sinopsis, menyusun narasi, membuat gambar sketsa atau *storyboard*, pembuatan *script writing*, menyusun *rundown*, lalu menentukan *crew* yang terlibat dalam proses produksi, kemudian menyusun *time schedule*, menentukan *budget/anggaran* dan mempersiapkan peralatan-peralatan yang akan digunakan dalam produksi *media video* promosi.



**Gambar 1.** *Pre production*

#### 1. Ide/Gagasan

Ide atau Gagasan merupakan tahap awalan dimulainya sebuah konsep produksi media, ide pemikiran awal merupakan realisasi dari sebuah gagasan yang akan dituangkan ke dalam *video*. Perancangan video promosi *Roofpark Café & Restaurant* ini dikemas dengan audio *visual*, musik, *voice over*, dan *visual effect* yang akan membuat tampilan video promosi ini menjadi lebih menarik.

#### 2. Sinopsis atau Cerita

Sinopsis adalah ringkasan dari sebuah cerita, yang diperlukan untuk memberikan gambaran secara ringkas dan jelas tentang *project* yang dibuat. Dalam tahap pembuatan sinopsis yaitu terdapat judul, tokoh, latar dan alur cerita yang menentukan sebuah kerangka cerita. Kemudian dituangkan menjadi sebuah kalimat sampai membentuk alur cerita. Berikut sinopsis dari video promosi *Roofpark Café & Restaurant* sebagai berikut :

*“Di awal video berlangsung, menampilkan Bumper Opening. Selanjutnya menampilkan video 3rd Floor. Lalu menampilkan footage area resto outdoor. Kemudian menampilkan gedung Roofpark Café & Restaurant. Selanjutnya menampilkan footage area resto. Lalu menampilkan video pengunjung Roofpark*

*Café & Restaurant. Kemudian menampilkan footage Café. Lalu menampilkan footage Kitchen. Kemudian menampilkan video waitress membawa hidangan. Selanjutnya menampilkan footage makanan dan minuman. Lalu menampilkan video pengunjung sedang menikmati hidangan. Selanjutnya menampilkan video logo, website, alamat, social media dan nomor telepon.”*

3. Narasi

Narasi berasal dari kata *to narrate*, yaitu bercerita. Cerita merupakan sebuah rangkaian peristiwa secara kronologis, baik berupa fakta, maupun fiksi. Berikut adalah narasi video promosi *Roofpark Café & Restaurant* :

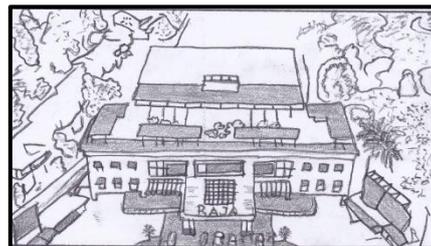
“*Roofpark Café & Restaurant* yang terletak di daerah Puncak Bogor wajib banget menjadi *list* yang harus kalian datangi guys / *Roofpark Café & Restaurant* yang berada di lantai 3 ini juga menyuguhkan pemandangan gunung yang indah banget / dan suasana dingin khas Puncak bisa kita rasakan ketika berada disini // *Roofpark Café & Restaurant* memiliki konsep *instagramable* // *Roofpark Café & Restaurant* sudah banyak dinikmati pengunjung lokal dan wisatawan asing untuk berakhir pekan loh guys // *Roofpark Café & Restaurant* memiliki fasilitas yang seru loh / *Roofpark* juga memiliki *Café* loh guys // dan ini ada beberapa menu andalan dari *Roofpark* / ke puncak ya ke *Roofpark Café & Restaurant* //

4. Storyboard

*Storyboard* adalah rancangan berupa sket gambar yang dilengkapi dengan petunjuk atau catatan pengambilan gambar untuk kebutuhan *shooting*. Selama proses *pra produksi*, perencanaan yang berhubungan dengan visualisasi yang akan dibuat membutuhkan *storyboard* sebagai media bantuannya.



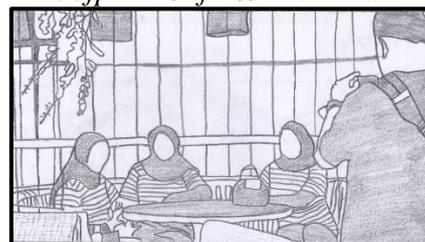
**Gambar 2.** *Scene 1/ Menampilkan video bumper logo Roofpark Café & Restaurant*



**Gambar 3.** *EXT/Scene 2/ day/ Bird Eye/ Menampilkan video Gedung Roofpark Café & Restaurant*

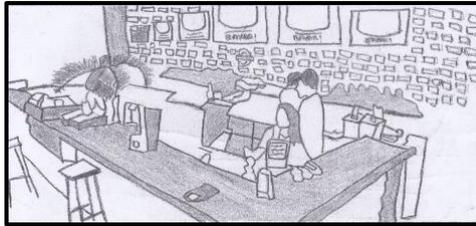


**Gambar 4.** *INT/ Scene 3/day/ Long Shot/*



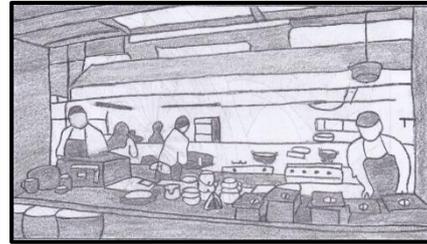
**Gambar 5.** *INT / Scene 4/Medium Shoot/ Menampilkan video pengunjung*

Menampilkan *footage* area resto.



**Gambar 6.** *INT/Scene 5/day/Long shot/* Menampilkan *footage* Café sebagai salah satu area resto yang berada di Roofpark.

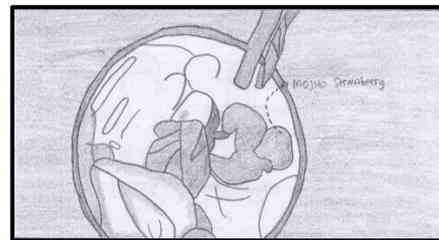
*Roofpark Café & Restaurant.*



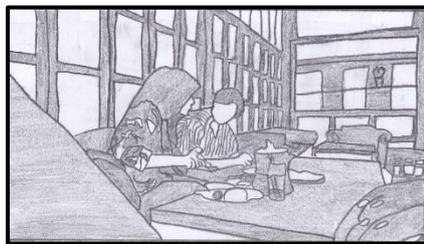
**Gambar 7.** *INT/Scene 6/day/Long Shot* /Menampilkan *footage* Kitchen.



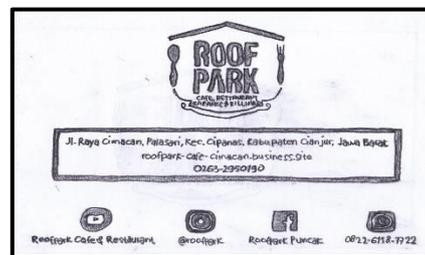
**Gambar 8.** *INT/scene 7/day/Medium Shot/*, menampilkan *video* waitress membawa hidangan.



**Gambar 9.** *INT/scene 8/day/ Close Up*/Menampilkan *footage* makanan dan minuman.



**Gambar 10.** *INT/scene 9/ day/ Medium Shot/* Menampilkan *video* pengunjung sedang menikmati hidangan.



**Gambar 11.** *scene 10* Menampilkan *video* outro bumper

### 5. Script Writing

*Script Writing* dalam pembuatan *video* promosi *Roofpark Café & Restaurant* yaitu:

**Tabel 1.** *Script Writing*

No.	VISUAL	AUDIO
1	Menampilkan <i>Bumper Opening</i>	<i>Music</i>
2	Menampilkan gedung <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i>	<i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i> yang terletak di daerah Puncak Bogor wajib banget menjadi <i>list</i> yang harus kalian datangi guys / <i>Roofpark Café &amp;</i>

		<i>Restaurant</i> memiliki 3 lantai yang menyuguhkan pemandangan gunung yang indah banget /
3	Menampilkan <i>footage area resto</i>	dan suasana dingin khas Puncak bisa kita rasakan ketika berada disini //
4	Menampilkan <i>video</i> pengunjung <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i>	<i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i> memiliki konsep <i>instagramable</i> // <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i> sudah banyak dinikmati pengunjung lokal dan wisatawan asing untuk berakhir pekan loh guys // <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i> memiliki fasilitas yang seru loh /
5	Menampilkan <i>footage Café</i>	<i>Roofpark</i> juga memiliki <i>Café</i> loh guys //
6	Menampilkan <i>footage Kitchen</i>	<i>Music</i>
7	Menampilkan <i>video waitress</i> membawa hidangan	dan ini ada beberapa menu andalan dari <i>Roofpark</i> /
8	Menampilkan <i>footage</i> makanan dan minuman	<i>Music</i>
9	Menampilkan <i>video</i> model sedang menikmati hidangan	<i>Music</i>
10	Menampilkan <i>video</i> logo, <i>website</i> , alamat, <i>social media</i> dan nomor telepon	ke puncak ya ke <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i> //

6. *Rundown*

Berikut *rundown* dari video promosi *Roofpark Café & Restaurant*:

**Tabel 2. Rundown**

No.	Scene	Location	Duration	INT/EXT	Description
1	2	Gedung <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i>	00:00:00 – 00:00:16	EXT	Menampilkan gedung <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i>
2	4	<i>Area Resto</i>	00.00.16-00.00.21	EXT	Menampilkan <i>video</i> pengunjung <i>Roofpark Café &amp; Restaurant</i>
3	3	<i>Area Resto</i>	00.00.21-00.00.28	INT	Menampilkan <i>footage area resto</i>

4	5	<i>Café Area</i>	00.00.28-00.00.31	<i>INT</i>	Menampilkan <i>footage Café</i>
5	6	<i>Kitchen Area</i>	00.00.31-00.00.33	<i>INT</i>	Menampilkan <i>footage Kitchen</i>
6	7	<i>Area Resto</i>	00.00.33-00.00.35	<i>INT</i>	Menampilkan <i>video waitress</i> membawa hidangan
7	8	<i>Area Resto</i>	00.00.35-00.00.45	<i>INT</i>	Menampilkan <i>footage</i> makanan dan minuman
8	9	<i>Area Resto</i>	00.00.45-00.00.50	<i>INT</i>	Menampilkan <i>video</i> pengunjung sedang menikmati hidangan

7. *Penyusunan Crew*

Dalam proses produksi video promosi ini, memerlukan beberapa crew yang terlibat yaitu : sutradara, *cameraman*, asisten *cameraman*, *editor*, *script writer*, *voice over* dan *talent*. Berikut ini adalah susunan *crew* pada video promosi *Roofpark Café & Restaurant* :

**Tabel 3.** *Susunan Crew*

No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Ayundha Dwi Purbayani
2.	<i>Cameraman</i>	Ayundha Dwi Purbayani
3.	<i>Asisten Cameraman</i>	Lukmanul Hakim
4.	<i>Editor</i>	Ayundha Dwi Purbayani
5.	<i>Script Writer</i>	Ayundha Dwi Purbayani
6.	<i>Voice Over</i>	Reva Putri
7.	<i>Talent</i>	Citra Jessycha Hamonangan Oktavianus Simbolon

8. *Time schedule*

*Time Schedule* adalah susunan rencana selama proses produksi berlangsung. Berikut yaitu *time schedule* perancangan video promosi *Roofpark Café & Restaurant* :

**Tabel 4.** *Time Schedule*

Tahapan	Februari 2020				Maret 2020				April 2020				Mei 2020				Juni 2020				Juli 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4



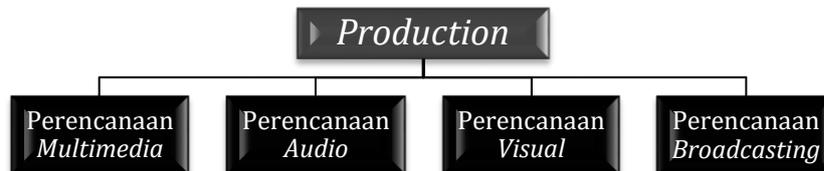
2.	Kamera <i>Canon 60D</i>	Milik Pribadi	3	1	-
3.	Kamera <i>Canon Kiss X7i</i>	Pinjam	3	1	-
4.	<i>Tripod</i>	Milik Pribadi	3	1	-
5.	<i>Monopod</i>	Milik Pribadi	3	1	-
6.	<i>Dji Ronin S</i>	Sewa	3	1	@Rp. 500.000
7.	<i>Dji Spark Quadcopter Drone</i>	Milik Pribadi	3	1	-
8.	<i>Lighting LED</i>	Milik Pribadi	3	1	-
9.	<i>Clip On Boya</i>	Milik Pribadi	3	1	-
10.	Lensa <i>Canon 16-35mm</i>	Sewa	3	1	@Rp. 145.000 Rp. 145.000 x 3 Hari = Rp. 435.000
11.	Lensa <i>Fix 50mm</i>	Milik Pribadi	3	1	-
12.	Penginapan (Villa)	Sewa	3	1	@Rp. 217.000 Rp. 217.000 x 3 Hari = Rp. 651.000
13.	<i>Sandisk Ultra 32GB</i>	Milik Pribadi	3	2	-
14.	Transportasi Mobil	Sewa	3	1	@Rp. 200.000 Rp. 200.000 x 3 Hari = Rp. 600.000
15.	Bensin	Beli	3	2	@Rp. 300.000
16.	<i>Voice Over</i>	Sewa	2	1	@Rp. 100.000 Rp. 100.000 x 2 Hari = Rp. 200.000
17.	Konsumsi	Beli	3	4 Orang	@Rp. 130.000 Rp. 130.000 x 3 Hari = Rp. 390.000
18.	<i>Laptop</i>	Milik Pribadi	3	1	-
19.	<i>DVD + Label + Box DVD + Cover</i>	Beli	-	4	@Rp.12.000 Rp. 12.000 x 4 = Rp. 48.000
<b>Total</b>					<b>Rp 3.424.000</b>

10. Peralatan yang digunakan

Peralatan yang digunakan selama proses produksi berlangsung yaitu Kamera Canon 60D, Kamera Canon *Kiss X7i*, *Dji Spark Quadcopter Drone*, Lensa *Canon 16-35mm*, Lensa *Fix 50mm*, *Dji Ronin S*, *Monopod*, *Tripod*, *Lighting LED*, *Clip On Boya*, Memory *Sandisk Ultra 32GB*, *DVD* dan *Laptop*.

### 3.2. Production

*Production* adalah proses pengambilan gambar atau *video* yang dilakukan secara kerjasama dengan *crew* agar memudahkan dalam proses *shooting*. Tahapan dalam pembuatan *production Roofpark Café & Restaurant* dibutuhkan beberapa ide kreatif untuk menentukan *angle* kamera agar *video* yang dilihat tidak membosankan.



**Gambar 12.** *Production*

#### Program Visual

Berikut ini adalah tampilan isi *video* promosi pada *Roofpark Café & Restaurant* yang telah dibuat terdapat beberapa aplikasi atau software yang digunakan seperti *Adobe Premiere Pro CC 2017*, *Adobe After Effect 2017* dan *Adobe Photoshop CC 2017*.



**Gambar 13.** *Scene 1/ Menampilkan video bumper logo Roofpark Café & Restaurant*



**Gambar 14.** *EXT/Scene 2 / day/ Bird Eye/ Menampilkan video Gedung Roofpark Café & Restaurant*



**Gambar 15.** *INT/ Scene 3/day/ Long Shot/ Menampilkan footage area resto*



**Gambar 16.** *EXT / Scene 4/Medium Shoot/Menampilkan video pengunjung roofpark*



**Gambar 17.** *INT/Scene 5/day/Long shot/*  
*Menampilkan footage Cafe*



**Gambar 18.** *INT/Scene 6/day/Long*  
*shot/ Menampilkan footage Kitchen*



**Gambar 19.** *INT/Scene 7/day/Medium*  
*Shot/, menampilkan video waitress*  
*membawa hidangan*



**Gambar 20.** *INT/scene 8/day/ Close*  
*Up/Menampilkan footage makanan dan*  
*minuman*



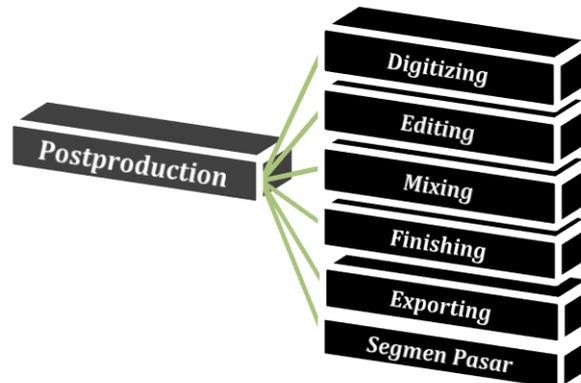
**Gambar 21.** *INT/ scene 9/ Medium*  
*shot/Menampilkan video talent sedang*  
*menikmati hidangan*



**Gambar 22.** *scene 10/ Menampilkan*  
*Video outro bumper*

### 3.3. *Post Production*

*Post Pada tahapan akhir yaitu post production, tahapan ini adalah proses digitizing, editing, mixing, finishing, exporting dan segmen pasar.*



**Gambar 23.** *Post Production*

1. *Digitizing*

*Digitizing* merupakan pemindahan data dan mereview proses dari hasil *shooting* ke laptop untuk melanjutkan ke proses *editing*. Proses ini harus segera dilakukan selain untuk meminimalisir hal-hal yang tidak ingin terjadi seperti *memory full* atau *memory card* rusak, bisa juga untuk langsung segera mereview hasil gambar hasil *shooting* yang telah diambil.

2. *Editing*

Pada tahap *editing* merupakan proses *ruffcut* atau memilih *video* yang ingin digunakan sesuai dengan ide yang telah dibuat. Di dalam tahap ini memakan waktu yang lama karena harus memilah *video*, *cutting video* dan menyusun *video* sesuai dengan naskah. *Software* yang digunakan yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2017*.

3. *Mixing*

Tahapan selanjutnya yaitu *Mixing*. *Mixing* merupakan tahap penggabungan antara *video*, *dubbing* dan *backsound*, pada tahap ini harus teliti supaya informasi yang disampaikan, dapat diterima dengan baik oleh *audience*. *Software* yang digunakan yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2017*, *Adobe Audition CC 2017* dan *Adobe Photoshop CC 2017*.

4. *Finishing*

Pada *Finishing* merupakan tahap terakhir dalam proses *editing* pembuatan *video* promosi ini, pada tahap ini *editor* harus benar-benar memperhatikan *video* setelah menggabungkan gambar, *text*, *audio* dan *visual effect* di setiap *scene*.

5. *Exporting*

Pada *Exporting* merupakan tahap akhir setelah dilakukannya proses seperti *digitizing*, *editing*, *mixing*, dan *finishing* kemudian *video* di *export* menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC 2017*, dengan memilih format berkualitas *full HD 1920x1080* dan *frame rate 60 fps*. Kemudian hasil *render* ini akan di *upload* ke dalam *Youtube* “Roofpark Café & Restaurant”, *Social Media* : *Instagram* “@roofparkpuncakcrew” dan *Facebook* “Roofpark Puncak”.

#### 6. Segmen Pasar

Segmen Pasar media *video* promosi ini untuk jangkauan luas yaitu calon pengunjung, wisatawan, relasi dan masyarakat luas khususnya di wilayah Bogor dan Jabodetabek serta umumnya menjangkau seluruh Indonesia dan Internasional. Melalui *video* promosi ini dapat mencapai target pasar, *Roofpark Café & Restaurant* ingin menaikkan jumlah calon pengunjung dan wisatawan, dari tahun sebelumnya diketahui jumlah pengunjung yaitu 10.000 orang, setelah adanya *video* promosi ini, diharapkan *Roofpark Café & Restaurant* dapat meningkatkan jumlah calon pengunjung dan wisatawan sebanyak 35% yaitu sebanyak 13.500, yang berminat untuk berkunjung atau mengadakan event di restoran tersebut, serta diharapkan dapat lebih dikenal masyarakat luas.

### KESIMPULAN

Informasi yang dibutuhkan dan efektif dalam mempromosikan *Roofpark Café & Restaurant* yaitu mengenai keseluruhan fasilitas *Roofpark Café & Restaurant* dan juga beberapa produk makanan dan minuman dengan menu diantaranya *Traditional Food* dan *Western Food*. Keunggulan yang dihadirkan oleh *Roofpark Café & Restaurant* ialah konsep *garden* yang ramah keluarga, cuaca yang asri dan dapat dijadikan lokasi untuk menghabiskan akhir pekan. Konsep *video* promosi yang dibutuhkan *Roofpark Café & Restaurant*, dengan menampilkan konsep *video* dengan menyatukan berbagai *visual effect*, serta tampilan *video* promosi dengan durasi yang tidak terlalu panjang, tampilan *video* berkualitas *HD* dan memberikan informasi yang *update* saat ini. Strategi pemasaran untuk dapat menarik minat pengunjung dan masyarakat yaitu dengan implementasi media *video* promosi ini melalui *youtube channel* “*Roofpark Café & Restaurant*” dan *social media* seperti *Facebook* “*Roofpark Puncak*” dan *Instagram* “*@roofparkpuncakcrew*”. Agar masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi lebih jelas dan berminat untuk berkunjung atau mengadakan *event* di *Roofpark Café & Restaurant*.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, terdapat beberapa saran untuk *Roofpark Café & Restaurant* diantaranya, disarankan pada *Roofpark Café & Restaurant* agar selalu menampilkan informasi-informasi terbaru sesuai kebutuhan dan perkembangan informasi saat ini, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang inovatif dan dapat memahami informasi yang disampaikan melalui *video* promosi ini, serta terus melakukan pengembangan dalam hal yang berkaitan dengan kegiatan promosi seperti terus dikembangkan *video* promosi minimal 2 tahun sekali dengan konsep yang menarik dan lebih *up to date*, menampilkan gambar-gambar dan *video* terbaru yang dikemas menjadi lebih efektif. Agar dapat memperluas strategi pemasarannya dengan sebaran informasi melalui *video* promosi ini, agar dapat lebih dikenal bukan hanya di Indonesia tetapi juga dikenal Mancanegara. Dan melalui *video* promosi ini, banyak calon pengunjung atau wisatawan yang tertarik untuk berkunjung dan mengadakan *event* di *Roofpark Café & Restaurant*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Edward, Syafruddin Chan dan Shabri Abdul Majid, 2017, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Apple di Banda Aceh*. Banda Aceh : Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. *Journal Manajemen dan Inovasi Universitas Syiah Kuala*, Vol.8, No.3 : 28.
- [2] Astriyani, Erna, Muhammad Khaidir Fahram dan Achmad Adam Pebrianto, 2020, *Video Program Hotroom Pada Bagian Lighting Informasi Pada Metro TV*, Tangerang : Universitas Raharja. *CICES Journal*, ISSN : 2356-5209, Vol.6, No.1 : 35.
- [3] Dewi, Rosanti Utami dan Zam Zam Nurjaman, 2017, *Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Pada Restoran Ranjang 69*, Jawa Barat : Universitas Garut, *Jurnal Komunikasi dan Media*, ISSN : 2527-8673, Vol.1, No.2.
- [4] Imam, Choirul, Hardman Budiarto dan Wahyu Hidayat, 2017, *Perancangan Media Promosi Video Youtube Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto Berbasis Budaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*, Jawa Timur : STIKOM Surabaya, *Jurnal Art Nouveau*, Vol.6, No.7.
- [5] Purwasi, Riyanti Suci, Faldi Hendrawan dan Ahmad Zakiy Ramadhan, 2018. *Perancangan Video Promosi Objek Wisata Ranudi Kabupaten Probolinggo Jawa Barat*. Malang : STMIAK Asia. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, ISSN : 2580-8753, Vol.2, No.1.
- [6] Narita, Astiak, Yapto and Francisca Titing Koerniawaty, 2016, *The Evaluation of Promotion Strategy of Museum Bali*, Bali : STPBI, *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, ISSN : 2527-9092, Vol.2. Issue.1.
- [7] Waung, Marie, Robert Hymes, Joy E, Beatty and Pam McAuslan, 2016, *Self-Promotion Statements in Video Resumes: Frequency, Intensity, and Gender Effects on Job Applicant Evaluation*, United States : University of Michigan. *International Journal of Selection and Assessment*. Vol.23, No.24.