

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI GROUP KESENIAN TRADISIONAL
HASAN HUSEN LUKAH GILO**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program sarjana
Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

ASTARIDO BERNANDA

1205489/2012

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

JURNAL

**"PERANCANGAN VIDEO PROMOSI GROUP KESENIAN TRADISIONAL
HASAN HUSEN LUKAH GILO"**

Astarido Bernanda

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Astarido Bernanda "Perancangan Video Promosi Group Kesenian Tradisional Hasan Husen Lukah Gilo" untuk persyaratan wisuda periode Maret 2019 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, 14 Februari 2019

Disetujui dan Disahkan oleh,

Dosen Pembimbing I,



Hendra Aftijwan, S.Sn, M.Sn
NIP. 19770401.2008121.002

Dosen Pembimbing II,



Dr. Svafwandi, M.Sn
NIP. 19600624.198602.1.003

ABSTRAK

Astarido Bernanda¹, Hendra Afriwan², Syafwandi³. 2019.
Perancangan video promosi Group Kesenian Tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo*

Desain komunikasi visual

Fbs universitas negeri padang

Email: Astaridobernanda25@gmail.com

Artikel ini ditulis dengan tujuan menghasilkan suatu bentuk promosi group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* secara efektif dan efisien, perancangan ini menggunakan media video dan disebar dengan cara diupload di sosial media bertujuan agar dapat menjangkau sasaran yang luas. dengan begitu adanya video promosi group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* dapat memperlihatkan sebuah pertunjukan yang menarik dari kelompok kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* kepada *target audience*. Metode yang digunakan dalam melakukan pengumpulan ada dua bagian yaitu dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Kemudian dilanjutkan dengan metode analisis data dengan menggunakan analisis 5W + 1H yaitu: *what, who, when, where, why, and how*.

Adapun perancangan video promosi ini dapat menciptakan *positioning* yang baik. Selain itu dapat menarik perhatian target *audience* khususnya masyarakat yang datang ke kota Padang mengingat media promosi yang berbasis *audio visual* merupakan media yang sangat berpeluang dan berpengaruh besar dalam meningkatkan promosi ditambah dengan media pendukung seperti Poster, *Motion Poster, Sticker*, Gantungan kunci, Topi, Baju kaos, dan Cover cd.

Kata kunci : Perancangan, Lukah Gilo, Video, Promosi.

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2019

²Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

ABSTRACT

This article was written with the aim of producing a form of promotion of the Hasan Husen Lukah Gilo traditional arts group effectively and efficiently, this design uses video media and is disseminated by uploading it on social media in order to reach broad targets. thus the video promotion of Hasan Husen Lukah Gilo traditional arts group can show an interesting performance from the traditional Hasan Husen Lukah Gilo art group to the target audience. The method used in collecting there are two parts, namely by collecting primary data and secondary data. Then proceed with the method of data analysis using 5W + 1H analysis, namely: what, who, when, where, why, and how.

The design of this promotional video can create a good positioning. In addition, it can attract the attention of the target audience, especially the people who come to the city of Padang, considering that audio-based promotional media is a medium that is very likely and has a big influence in increasing promotion coupled with supporting media such as posters, motion posters, stickers, key chains, hats, clothes t-shirt, and Cd cover .

Keywords : Designing, Lukah Gilo, Promotional, Videos.

A. Pendahuluan

Group *Hasan Husin Lukah Gilo* di pimpin oleh Ali Dt. Rajo Mudo dan sekaligus sebagai ketua pengurus langsung kesenian Tradisional *Hasan husen Lukah Gil.*, bertempat di Batu Hampar, kenagarian Koto Kaciak, kecamatan Bonjol, Kabupaten Pasaman. Dari hasil wawancara dengan bapak Ali Dt. Rajo Mudo pada tanggal 25 september 2016, beliau menjelaskan bahwa berdiri nya kelompok kesenian *Hasan Husen Lukah Gilo* di Batu Hampar di mulai sejak tahun 1975 sampai sekarang, Ali Dt. Rajo Mudo sebagai pengurus dan ketua group *Hasan Husin Lukah Gilo* juga menjelaskan bahwa kesenian *Lukah Gilo* sendiri sudah ada sejak tahun 1948.

Dalam suatu pertunjukan Group *Hasan Husin Lukah Gilo* menampilkan berberapa kesenian tradisional, antara lain *Silek* atau Silat, Tari Piring, Debus,

dan yang terakhir *Lukah Gilo* atau biasa dikenal dengan nama Bambu Gila. *Lukah Gilo* merupakan pertunjukan penutup yang menjadi ciri khas dari Group *Hasan Husen Lukah Gilo*. Istilah *Lukah Gilo* berasal dari bahasa Minangkabau dimana *lukah* berarti alat penangkap ikan yang terbuat dari rotan atau bambu dan *Gilo* berarti seperti orang gila. *Lukah Gilo* dapat di artikan *Lukah* yang bergerak kemana-mana seperti orang gila atau *Gilo*, kesenian *Lukah Gilo* dimainkan oleh beberapa orang yang melibatkan penonton sekitarnya dan seorang pawang yang memasukan roh atau makhluk gaib kedalam *Lukah*, sehingga *lukah* tersebut bergerak seperti orang gila, disetiap pertunjukan diiringi dengan musik tradisional yang dimainkan oleh group kesenian *Hasan Husen Lukah Gilo*.

Alasan penulis mengangkat group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* karena ingin mempromosikan dan melestarikan kesenian daerah, Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2014:77) adalah aktivitas yang mengomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. Audio visual adalah media yang menampilkan bentuk suatu objek yang nyata dengan adanya penggabungan gambar bergerak dan suara (Elza, 2015). Oleh karena itu, group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* akan lebih menarik apabila di perkenalkan dalam bentuk video promosi. Video promosi dapat menyuguhkan kegiatan yang lebih menarik, dengan visualisasi gambar yang terlihat lebih nyata serta menampilkan fakta yang ada dalam sebuah pertunjukan kesenian tradisional yang akan mengundang perhatian dan menumbuhkan rasa ingin tahu masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas, kesenian group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* akan diperkenalkan dalam bentuk video promosi. Video ini akan disuguhkan dengan sudut pengambilan gambar yang menarik, baik dari objek gambar, dan pengeditan.

B. Metode analisis data

Strategi merupakan rencana yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan dari strategi yaitu usaha untuk mengenalkan kesenian tradisional dan group *Hasan Husen Lukah Gilo* kepada masyarakat dengan media video. Strategi dalam video promosi ini dapat dirumuskan dalam 5W + 1H yaitu: *what, who, when, where, why, and how*.

1. What (apa), apa masalahnya?

Group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* sebagai kelompok seni pertunjukan masih banyak dari kalangan masyarakat belum mengenal seperti apa pertunjukannya.

2. Who (siapa), siapa target audience nya?

Target *audience* dari video group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* ini adalah masyarakat umum, terutama yang berada diluar kabupaten pasaman, dalam rentang umur 10 – 40 tahun..

3. When (Kapan), kapan masalah ini terjadi?

Masalah ini terjadi saat ini, dimana kebanyakan masyarakat belum mengenali group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* dan seperti

apa pertunjukannya, disebabkan karena belum adanya bentuk promosi berupa video dari group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo*.

4. **Where (dimana), dimana penyebaran video promosi?**

Video promosi *Lukah Gilo* akan disebarakan melalui media sosial seperti *Instagram, facebook, dan youtube*.

5. **Why (kenapa) kenapa masalah ini terjadi?**

Group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* adalah kesenian pertunjukan tradisional yang semakin hari semakin hilang dari ingatan masyarakat karena perkembangan gaya hidup masyarakat modren. oleh karena itu kesenian tradisional merupakan kesenian turun temurun yang sangat penting untuk diketahui oleh semua masyarakat.

6. **How (bagaimana) bagaimana cara mengatasinya?**

Cara mengatasinya yaitu dengan mengenalkan kemasyarakat melalui media video yang dikemas semenarik mungkin dan audio yang mendukung visual dari video.

C. Pembahasan

1. Media Utama

a. Konsep Visual

Anita (dikutip oleh Fauziah 2015) menyebutkan “kata visual mempunyai arti yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan”. *Video* promosi ini di rancang dengan konsep visual yang lebih natural sehingga keasliannya tetap terjaga, Menurut Hasratuddin

(2014) menyimpulkan “Konsep merupakan suatu ide abstrak yang digunakan untuk menggolongkan suatu objek”. Mengingat group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* memiliki unsur mistis dan ritual, maka video promosi ini ingin menggambarkan bahwasanya atraksi kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* bukan suatu pertunjukan yang menakutkan tetapi sebuah pertunjukan yang mampu menghibur dan membaaur dalam kehidupan masyarakat, karena sesuatu yang mistis itu tidak terlepas dari aspek kehidupan.

1) *Storyline*

No	Visual dan Jenis Shoot	Audio dan Durasi
1	Lokasi : Museum Tuanku Imam Bonjol, pengambilan gambar Patung Tuanku Imam Bonjol Berkuda (MS)	<i>Backsound</i> <i>Music</i> 4 detik
2	Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Mengambil gambar kelompok kesenian <i>Lukah Gilo</i> sedang memainkan alat musik Tradisional. (CU)	<i>Backsound</i> <i>Music</i> 4 detik
3	Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Mengambil gambar kelompok kesenian <i>Lukah Gilo</i> sedang pertunjukan silat Tradisional. (MS)	<i>Backsound</i> <i>Music</i> 4 detik
4	Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Mengambil gambar kelompok kesenian <i>Lukah Gilo</i> sedang	<i>Backsound</i> <i>Music</i> 4 detik

	pertunjukan Tari Piring (MS)	
5	Lokasi : : Lapangan Lubuak Bunta, Mengambil gambar kelompok kesenian <i>Lukah Gilo</i> sedang persiapan pertunjukan Debus (CU)	<i>Backsound Music</i> 4 detik
6	Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Mengambil gambar kelompok kesenian <i>Lukah Gilo</i> pertunjukan Debus (MS)	<i>Backsound Music</i> 5 detik
7	Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Mengambil gambar kelompok kesenian <i>Lukah Gilo</i> sedang persiapan pertunjukan <i>Lukah Gilo</i> (MS,CU)	<i>Backsound Music</i> 5 detik
8	Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Mengambil gambar kelompok kesenian <i>Lukah Gilo</i> sedang pertunjukan <i>Lukah Gilo</i> (LS, MS)	<i>Backsound Music</i> 7 detik

2) Storyboard

<i>Scene</i>	<i>Jenis Shot</i>	<i>Visualisasi</i>
<i>Scene 1</i>	<i>Medium Shot</i>	
Lokasi : Museum Tuanku Imam Bonjol		

<i>Scene 2</i>	<i>Close Up Shot</i>	
Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Jorong Batu Hampar		
<i>Scene 3</i>	<i>Medium Shot</i>	
Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Jorong Batu Hampar		
<i>Scene 4</i>	<i>Medium Shot</i>	
Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Jorong Batu Hampar		

<i>Scene 5</i>	<i>Close Up Shot</i>	
Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Jorong Batu Hampar		<i>Scene 6</i>
Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Jorong Batu Hampar		
<i>Scene 7</i>	<i>Medium Shot</i>	
Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Jorong Batu Hampar		

		
<i>Scene 8</i>	<i>Long Shot</i>	
Lokasi : Lapangan Lubuak Bunta, Jorong Batu Hampar	<i>Medium Shot</i>	

b. Konsep Verbal

Konsep verbal dalam Perancangan video promosi group kesenian Tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* adalah dengan menambahkan beberapa *backsound* dan font terlihat menarik.

1) Backsound

Backsound yang digunakan berupa *Instrumental* yang berjudul *Africa* diciptakan oleh Marcus Warner. *Instrumental Africa* merupakan gaya musik yang bernuansa alam dan tradisional sehingga sangat cocok digunakan untuk *backsound* video promosi group kesenian Tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo*

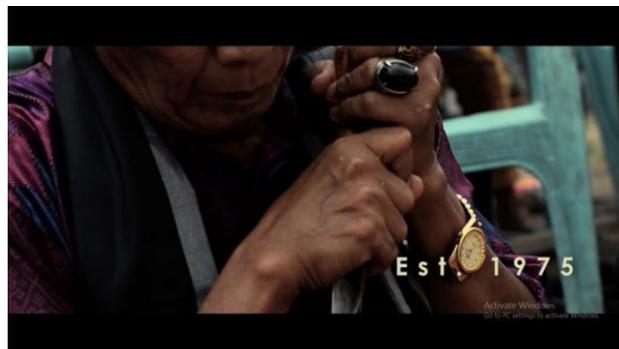
2) Font

Font digunakan untuk memperkuat informasi dari visual yang ditampilkan, font yang digunakan dalam perancangan video promosi kesenian tradisional *Lukah Gilo* ini adalah *Century Gothic* dan *Delirium Simple* yang terdapat dibagian akhir video dan teks dalam video

D. Final Desain

1. Media utama

Group kesenian tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* dipromosikan melalui media utama *Audio Visual* yang berdurasi 44 detik, dengan memperlihatkan bagaimana visualisasi dari sebuah pertunjukan kesenian tradisional yang mengandung unsur mistis, program kreatif yaitu dengan menampilkan *visual* lebih natural dengan menjaga keaslian dari sebuah pertunjukan, dimana masyarakat setempat ikut serta dalam jalannya suatu pertunjukan agar unsur mistis dari pertunjukan bukan menjadi suatu yang menakutkan bagi masyarakat, melainkan suatu pertunjukan yang menghibur dimana masyarakat setempat ikut terlibat dalam pertunjukan.









2. Media pendukung



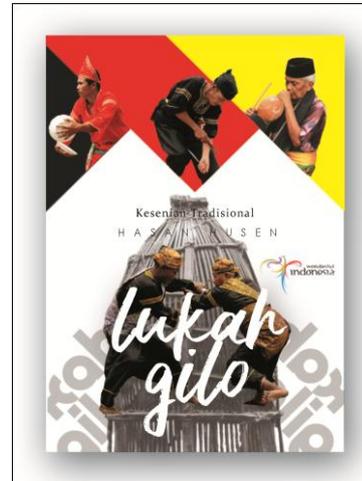
Motion Poster



Topi



Sticker



Poster



Cover CD dan CD label



Baju Kaos



Gantungan Kunci

E. Penutup

1. Kesimpulan

- a. Dalam memproduksi sebuah video promosi, diperlukan dasar dari perancangan awal yang meliputi pembuatan *storyline* dan *storyboard* agar proses produksi video tersebut lebih tepat dan jelas tujuan perancangannya.
- b. Untuk membuat video promosi melalui 3 tahap yaitu tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pascaproduksi.
- c. Sosial media seperti instagram, dan youtube merupakan media yang cukup efektif dalam proses promosi karena *target* dapat melihat dan mengenal lebih dekat.
- d. Dengan dibuatnya video promosi ini, Group Kesenian Tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* dapat semakin dikenal masyarakat luas, sebagaimana kesenian tradisional yang harus dilestarikan.
- e. Manfaat video promosi Group Kesenian Tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* diharapkan dapat mengoptimalkan promosi Group Kesenian Tradisional *Hasan Husen Lukah Gilo* yang melestarikan kesenian tradisional sehingga *target audience* lebih cepat memahami informasi yang disampaikan.

2. Saran

- a. Video promosi akan lebih baik jika terkonsep dengan matang dengan dibantu alat penunjang pengambilan video yang lengkap dan lokasi pengambilan gambar yang memadai.

- b. Sebagai kesenian tradisional yang sudah mulai tergusur oleh perkembangan zaman, seharusnya pengelola kelompok kesenian harus mulai menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyuarakan kesenian tersebut kepada masyarakat luas..
- c. Dalam prose pengeditan harus memperhatikan perpindahan gambar yang pas dan sesuai dengan *background* agar terbentuknya keselarasan antara *visual* dengan *audio* nya.

Catatan:

Artikel ini dibuat berdasarkan karya akhir perancang dengan pembimbing I Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn dan pembimbing II Dr. Syafwandi, M.Sn

Dartar Rujukan

- Elza, F. E, Syafwandi, Trinanda. 2015. Perancangan Audio Visual Promosi Distro “Mesin Hujan” Padang. *dekave*, 3(1).
- Fauziah. A, Syafwandi, Dini Faisal. 2016. Perancangan Visual Branding Kota Padangsidimpuan. *dekave*, 4(1).
- Hasratuddin. 2014. Pembelajaran Matematika Sekarang dan yang Akan Datang Berbasis Karakter. Medan. Universitas Negeri Medan
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing. 12th Edition*. Jilid I terjemahan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.