

Perancangan Video Promosi Silek Karang Indah

Vicky Rizki Mulia^{1✉}, Melisa Suardi²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Komunikasi Visual
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
e-mail: vickyrizikimulia@gmail.com

ABSTRAK

Silek Karang Indah didirikan pada tahun 1970 oleh H. M Nasir Laban di Korong Kabun, Sungai Buluh Selatan, Kab. Padang Pariaman. Meskipun pada awalnya mendapat sambutan positif dari masyarakat, seiring berjalannya waktu, minat terhadap Silek Karang Indah menurun, terutama di kalangan generasi muda Minangkabau. Hal ini disebabkan oleh kurangnya promosi yang efektif dalam menarik minat masyarakat untuk belajar di perguruan ini. Oleh karena itu, saya merancang strategi promosi yang diharapkan dapat mengembalikan minat masyarakat terhadap seni bela diri Minangkabau dan melestarikan Silek Karang Indah agar terus berlanjut dari generasi ke generasi. Fokus utama perancangan ini adalah menjadikan Silek Karang Indah dikenal luas oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode analisis data SWOT. Media yang dirancang meliputi video promosi sebagai media utama, didukung oleh media pendukung seperti feed Instagram, poster, spanduk, x-banner, baliho, t-shirt, tumbler, topi, mug, dan merchandise (stiker dan gantungan kunci). Video promosi ini merupakan media utama yang digunakan sebagai sarana informasi, sementara media pendukung dibuat dalam format cetak dan digital. Dengan pendekatan ini, diharapkan Silek Karang Indah dapat kembali mendapatkan tempat di hati masyarakat, khususnya generasi muda.

Kata kunci: Perancangan, Video Promosi, Silek Karang Indah.

ABSTRACT

Silek Karang Indah was established in 1970 by H. M Nasir Laban in Korong Kabun, Sungai Buluh Selatan, Padang Pariaman Regency. Although it was initially well-received by the community, interest in Silek Karang Indah has waned over time, particularly among the younger generation in Minangkabau. This decline is attributed to previous promotional efforts that failed to effectively attract interest in learning at this martial arts school. Therefore, I am designing a promotional strategy aimed at rekindling public interest in Minangkabau martial arts and preserving Silek Karang Indah for future generations. The core objective of this design is to make Silek Karang Indah widely known. This study employs SWOT analysis as its data analysis method. The designed media includes a promotional video as the main medium, supported by auxiliary media such as Instagram feeds, posters, banners, x-banners, billboards, t-shirts, tumblers, hats, mugs, and merchandise (stickers and keychains). The promotional video serves as the primary information medium, while the supporting media are produced in both print and digital formats. With this approach, it is hoped that Silek Karang Indah will regain its place in the hearts of the community, especially the younger generation.

Keyword: Design, Promotional Video, Silek Karang Indah.

PENDAHULUAN

Silat adalah seni bela diri asal Indonesia yang diwariskan oleh nenek moyang secara turun-temurun sebagai bagian dari budaya Indonesia yang perlu dilestarikan, dibina, dan dikembangkan [1]. Silat tidak hanya sekadar olahraga fisik, tetapi juga perpaduan antara gerakan yang indah dan teknik mempertahankan diri yang efektif, termasuk kepandaian menangkis, menyerang, dan menghindar [2]. Seni bela diri ini mencakup aspek seni, budaya, dan spiritual yang kaya, menjadikannya lebih dari sekadar aktivitas fisik, tetapi juga warisan budaya yang penting [3], [4].

Bagi orang Minangkabau, silat adalah jati diri yang melekat dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi laki-laki [5]. Dalam budaya Minangkabau,

belajar silat bukan hanya tentang kemampuan bertarung, tetapi juga tentang pembentukan karakter, disiplin, dan sikap yang baik. Silat diajarkan sebagai bagian dari pendidikan moral dan etika, serta sebagai cara untuk menjaga kehormatan dan martabat diri serta keluarga. Silat biasanya digunakan sebagai antisipasi pertahanan diri dari ancaman musuh yang datang tiba-tiba [6]. Keahlian dalam silat dianggap sangat penting dalam menjaga keamanan pribadi dan keluarga. Dalam konteks sosial, silat juga memainkan peran penting dalam upacara adat dan ritual, memperkuat ikatan komunitas dan menanamkan rasa kebersamaan serta solidaritas di antara anggotanya. Sebagai warisan budaya yang kaya, silat harus dilestarikan dan diperkenalkan kepada generasi muda agar

tidak hilang tergerus oleh perkembangan zaman. Upaya untuk mengajarkan silat kepada anak-anak dan remaja, serta mempromosikannya melalui berbagai media, adalah langkah penting dalam memastikan seni bela diri ini tetap hidup dan berkembang di masa depan. Dengan demikian, silat tidak hanya akan tetap menjadi bagian integral dari identitas budaya Indonesia, tetapi juga menjadi sumber kebanggaan nasional yang dikenal di seluruh dunia [7], [8].

Silek Karang Indah didirikan pada tahun 1970 oleh H. M Nasir Laban. Nama "Karang Indah" berasal dari kata "karang," yang mengacu pada tempat di mana para guru silat atau orang tua dulu belajar silat. Guru Laban, yang dikenal sebagai Buya Saban, kemudian menambahkan kata "indah" untuk menyeimbangkan kesan keras pada kata "karang" dengan sentuhan keindahan. Buya Saban percaya bahwa dengan menambahkan kata "indah," karang yang keras dapat ditutupi dengan keindahan, mencerminkan keseimbangan antara kekuatan dan keanggunan dalam seni bela diri ini.

Silek Karang Indah terletak di Korong Kabun, Sungai Buluh Selatan, Kabupaten Padang Pariaman, sebuah daerah yang kaya akan tradisi dan budaya Minangkabau. Perguruan ini memiliki sembilan guru silat yang berdedikasi dalam mengajarkan dan melestarikan seni bela diri tradisional ini. Para guru ini tidak hanya mengajarkan teknik bertarung, tetapi juga nilai-nilai moral dan etika yang melekat pada silat, seperti disiplin, keberanian, dan rasa hormat terhadap sesama.

Selama bertahun-tahun, Silek Karang Indah telah berusaha untuk menjaga warisan budaya ini tetap hidup dan relevan di tengah-tengah perubahan zaman. Perguruan ini menjadi pusat pembelajaran bagi banyak generasi muda yang ingin memahami lebih dalam tentang silat dan filosofi hidup yang terkandung di dalamnya. Dengan lokasi yang strategis dan dukungan dari komunitas setempat, Silek Karang Indah terus menjadi simbol kekuatan budaya dan spiritual yang mempersatukan masyarakat Padang Pariaman. Silek Karang Indah memiliki misi untuk membentuk karakter seseorang dalam bersikap dan menghadapi kehidupan sehari-hari, sejalan dengan filosofi Minangkabau "Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah." Perguruan ini juga menanamkan pedoman hidup dan nilai-nilai keislaman kepada para pesilat yang disebut Pandeka (pendekar).

Meskipun awalnya Silek Karang Indah mendapat sambutan yang baik dari masyarakat, seiring perkembangan zaman, minat terhadap Silek Karang

Indah menurun, terutama di kalangan generasi muda Minangkabau. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa permasalahan utama. Pertama, promosi yang dilakukan Silek Karang Indah hanya sebatas merekam murid saat latihan dan mengunggahnya ke media sosial. Strategi ini belum berhasil mempengaruhi target audiens, sehingga minat masyarakat dan jumlah siswa yang belajar di perguruan ini menurun. Kedua, masuknya budaya luar seperti taekwondo, karate, dan tinju, serta anggapan bahwa budaya sendiri (silek) adalah sesuatu yang kuno dan ketinggalan zaman, menjadi penyebab utama semakin dilupakannya Silek Karang Indah.

Untuk mengatasi tantangan ini, perlu dirancang sebuah video promosi yang lebih efektif dan menarik [9]. Video promosi ini akan menampilkan nilai-nilai budaya, keindahan gerakan silat, serta manfaat dari belajar di Silek Karang Indah. Dalam video tersebut, akan ditonjolkan elemen-elemen tradisional dan modern, menggabungkan estetika visual yang memikat dengan narasi yang kuat tentang pentingnya melestarikan warisan budaya Minangkabau [10],[11].

Pendekatan visual yang menarik dan modern akan digunakan untuk memikat perhatian audiens, terutama generasi muda. Video ini akan memanfaatkan teknologi terkini dalam produksi video, termasuk sinematografi yang indah, penyuntingan kreatif, dan efek visual yang menonjolkan keindahan gerakan silat [12]. Musik tradisional Minangkabau yang dikombinasikan dengan aransemen modern akan menambah daya tarik emosional dan budaya dalam video tersebut [13].

Penyebaran video promosi ini akan dilakukan melalui berbagai platform digital dan media sosial, seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk mencapai jangkauan yang lebih luas. Kampanye media sosial yang strategis akan dirancang untuk meningkatkan interaksi dan partisipasi dari audiens. Konten tambahan seperti cuplikan video, wawancara dengan guru silat, dan testimoni dari murid-murid Silek Karang Indah juga akan diproduksi untuk mendukung kampanye ini.

Dengan strategi promosi yang komprehensif ini, diharapkan video promosi dapat mengembalikan minat masyarakat, terutama generasi muda, terhadap seni bela diri ini [14]. Tujuannya adalah untuk melestarikan Silek Karang Indah dari generasi ke generasi, memastikan bahwa warisan budaya yang berharga ini tetap hidup dan relevan di tengah perkembangan zaman [15].

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang Video Promosi Silek Karang Indah dari berbagai aspek, memastikan kualitas produk, dan mengidentifikasi peluang untuk perbaikan dan inovasi.

1. Observasi

Observasi perancang lakukan dengan datang langsung ke rumah pelatih Perguruan Silek Karang Indah, Winovriadi. Tujuan dari observasi ini adalah untuk memperoleh informasi mendalam tentang silek serta melihat secara langsung proses latihan di Perguruan Silek Karang Indah. Selain itu, penulis juga mengamati berbagai kejadian dan interaksi yang terjadi di lokasi, yang nantinya akan menjadi bahan penting dalam perancangan video promosi Silek Karang Indah. Observasi ini membantu penulis memahami lebih baik esensi dan nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui video promosi, serta memastikan bahwa konten yang disajikan akurat dan autentik [16].

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti serta memperoleh informasi mendalam dari responden. Dalam perancangan video promosi Silek Karang Indah, wawancara dilakukan dengan Winovriadi, seorang guru silat dan pengusaha berusia 39 tahun.

Dari wawancara tersebut, terungkap bahwa Perguruan Silek Karang Indah, yang didirikan oleh H. M Nasir Laban, awalnya mendapat sambutan yang sangat baik dari masyarakat. Namun, seiring perkembangan zaman, eksistensi Silek Karang Indah menurun, terutama di kalangan generasi muda Minangkabau. Winovriadi mengungkapkan bahwa promosi yang dilakukan oleh perguruan belum efektif dalam menarik minat target audiens. Akibatnya, jumlah siswa yang belajar di perguruan terus menurun, terutama karena masuknya budaya luar seperti taekwondo, karate, dan tinju, serta anggapan bahwa budaya sendiri (silek) kuno dan ketinggalan zaman.

Berdasarkan temuan ini, disimpulkan bahwa untuk meningkatkan minat masyarakat dan mengenalkan kembali Silek Karang Indah, perlu dirancang sebuah promosi yang lebih efektif dan menarik. Promosi ini akan dilakukan melalui video yang menampilkan nilai-nilai budaya, keindahan gerakan silat, serta manfaat dari belajar di

perguruan Silek Karang Indah. Video promosi ini diharapkan dapat mengembalikan minat masyarakat, terutama generasi muda, terhadap seni bela diri tradisional ini dan melestarikan Silek Karang Indah dari generasi ke generasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan elemen penting dalam perancangan sebuah video promosi, karena menyediakan rekaman yang terstruktur dan rinci dari setiap tahap proses produksi. Tujuan utama dokumentasi adalah untuk memastikan bahwa semua aspek dari ide awal hingga produk akhir tercatat dengan baik, sehingga memudahkan proses evaluasi dan pengambilan keputusan di masa depan. Dokumentasi yang baik juga memungkinkan tim produksi untuk meninjau kembali langkah-langkah yang telah diambil, mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, serta memastikan bahwa visi dan pesan yang ingin disampaikan tetap konsisten. Selain itu, dokumentasi membantu dalam koordinasi antar anggota tim, menjaga keselarasan dan efisiensi kerja, serta memberikan bukti tertulis yang bisa dijadikan acuan jika terjadi kesalahan atau perbedaan pendapat selama proses produksi. Dengan adanya dokumentasi yang lengkap dan terorganisir, perancangan video promosi dapat dilakukan dengan lebih profesional, efektif, dan terarah, sehingga hasil akhirnya dapat memenuhi tujuan yang diharapkan dan memberikan dampak positif bagi audiens target [17].



Gambar 1. Perguruan Silek Karang Indah



Gambar 2. Tempat perguruan silek karang indah



Gambar 3. Tempat latihan perguruan silek karang indah

Metode Analisa Data

Dalam perancangan video promosi untuk Silek Karang Indah, metode analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan promosi. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) membantu dalam memahami kelebihan dan kekurangan internal serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Berikut adalah rincian analisis SWOT untuk perancangan video promosi Silek Karang Indah [18].

1. Strengths (Kekuatan)

- Aspek Budaya Unik: Silek (Silat) adalah seni bela diri tradisional yang unik dari budaya Indonesia, menawarkan materi yang kaya dan menarik.
- Daya Tarik Visual Otentik: Visual dari seni bela diri tradisional bisa sangat menarik dan memikat.
- Keahlian Lokal: Memanfaatkan pakar dan praktisi lokal dapat menambah keaslian dan kedalaman pada video.

2. Weaknesses (Kelemahan)

- Kesadaran Terbatas: Mungkin ada kesadaran atau pemahaman yang terbatas tentang Silek Karang Indah di kalangan audiens yang lebih luas.
- Keterbatasan Anggaran: Memproduksi video promosi berkualitas tinggi bisa mahal, dan keterbatasan anggaran dapat mempengaruhi kualitas produksi.
- Keterampilan Teknis: Kurangnya pengalaman dalam produksi dan editing video dapat mempengaruhi hasil akhir.

3. Opportunities (Peluang)

- Pariwisata Budaya: Menyoroti Silek Karang Indah dapat menarik wisatawan budaya dan penggemar seni bela diri.
- Platform Media Sosial: Memanfaatkan media sosial untuk promosi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah.
- Kolaborasi: Bekerja sama dengan organisasi budaya, dewan pariwisata, dan influencer dapat memperluas jangkauan dan dampak video.

4. Threats (Ancaman)

- Kompetisi: Promosi budaya atau video seni bela diri lainnya mungkin bersaing untuk audiens yang sama.
- Sensitivitas Budaya: Kesalahan representasi atau ketidakakuratan dalam menggambarkan

seni bela diri dapat memicu reaksi negatif dari praktisi dan pakar budaya.

- Tren yang Berubah: Tren konsumsi video dan preferensi audiens berubah dengan cepat, yang mungkin mempengaruhi relevansi video seiring waktu.

Menerapkan Analisis

- Menonjolkan Kekuatan
 - Tampilkan elemen unik dan otentik dari Silek Karang Indah.
 - Gunakan visual berkualitas tinggi untuk menarik perhatian audiens.
 - Sertakan wawancara atau testimoni dari praktisi untuk menambah kedalaman.
- Mengatasi Kelemahan
 - Edukasi audiens tentang Silek Karang Indah melalui penceritaan yang menarik.
 - Prioritaskan alokasi anggaran pada area kunci seperti pembuatan film, editing, dan suara.
 - Cari pelatihan atau bantuan profesional dalam produksi video jika diperlukan.
- Memanfaatkan Peluang
 - Manfaatkan platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook untuk distribusi.
 - Bekerja sama dengan influencer budaya dan dewan pariwisata untuk promosi yang lebih luas.
 - Sertakan ajakan bertindak yang mendorong penonton untuk belajar lebih lanjut atau berkunjung.
- Mengurangi Ancaman
 - Lakukan penelitian menyeluruh untuk memastikan keakuratan dan sensitivitas budaya.
 - Bedakan video dengan menyoroti aspek unik dari Silek Karang Indah.
 - Tetap mengikuti tren konten video untuk menjaga materi promosi tetap relevan.

Dengan secara sistematis mengatasi setiap aspek dari analisis SWOT, Anda dapat membuat rencana komprehensif yang memaksimalkan efektivitas video promosi Anda untuk Silek Karang Indah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Perancangan

1. Konsep Visual

Video promosi Silek Karang Indah akan menonjolkan aspek visual yang kuat dan autentik dari seni bela diri tradisional ini. Visual yang diambil harus menangkap keindahan gerakan Silek, keahlian para praktisi, serta lingkungan alam dan budaya yang melingkupinya. Penggunaan kamera dengan resolusi tinggi dan teknik pengambilan gambar yang dinamis akan membantu menampilkan setiap gerakan dengan jelas dan menarik. Musik tradisional dan narasi yang menggugah dapat menambahkan elemen

emosional yang kuat, mengajak penonton merasakan kedalaman budaya dan spiritualitas dari Silek Karang Indah. Selain itu, pencahayaan dan editing yang tepat akan memastikan setiap detail visual tampak maksimal, memberikan kesan elegan dan profesional pada video.

2. Target Audiens

Video ini ditargetkan untuk audiens yang luas, mulai dari masyarakat lokal hingga wisatawan internasional. Masyarakat lokal akan merasa bangga dan lebih menghargai warisan budaya mereka, sementara wisatawan dan penggemar seni bela diri dari luar negeri akan tertarik untuk mempelajari dan mengunjungi tempat asal Silek Karang Indah. Selain itu, video ini juga menargetkan para pelaku industri pariwisata dan budaya, seperti agen perjalanan, pengelola tempat wisata, dan media yang dapat membantu mempromosikan Silek Karang Indah lebih luas. Platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook akan menjadi saluran utama untuk distribusi video, mengingat jangkauannya yang luas dan kemampuannya untuk menarik perhatian audiens secara visual.

3. Strategi Kreatif

Strategi kreatif untuk video promosi ini akan berfokus pada storytelling yang kuat dan autentik. Cerita akan dimulai dengan sejarah dan asal-usul Silek Karang Indah, menggabungkan elemen-elemen legenda dan nilai-nilai filosofis yang melekat pada seni bela diri ini. Selanjutnya, video akan menampilkan sesi latihan dan pertunjukan oleh para praktisi, menyoroti keterampilan dan dedikasi mereka. Wawancara dengan tokoh-tokoh penting dalam komunitas Silek juga akan dimasukkan untuk memberikan perspektif yang lebih dalam dan pribadi.

Untuk membuat video lebih interaktif dan menarik, elemen-elemen modern seperti grafik animasi yang menjelaskan teknik dan filosofi Silek dapat digunakan. Penggunaan slow-motion pada adegan-adegan kunci akan memperlihatkan keindahan dan kompleksitas gerakan dengan lebih jelas. Selain itu, penekanan pada elemen-elemen visual yang menarik seperti pakaian tradisional, alat musik, dan latar belakang alam yang indah akan menambah daya tarik estetika video.

Untuk memastikan video mencapai audiens yang lebih luas, strategi distribusi konten akan melibatkan kolaborasi dengan influencer media sosial dan blogger budaya. Selain itu, video juga dapat dioptimalkan untuk SEO dengan judul dan deskripsi yang relevan, serta menggunakan tagar yang populer di platform media sosial. Ajakan bertindak yang jelas, seperti mengunjungi situs

web atau media sosial resmi Silek Karang Indah, akan membantu mengarahkan penonton untuk terlibat lebih lanjut.

Brainstorming

Brainstorming merupakan tahap awal yang krusial dalam perancangan video promosi Silek Karang Indah. Tujuan dari brainstorming ini adalah untuk mengumpulkan berbagai ide kreatif dan perspektif yang berbeda dari tim produksi, praktisi Silek, serta pihak-pihak terkait lainnya. Melalui sesi brainstorming, diharapkan dapat ditemukan konsep-konsep inovatif yang mampu menonjolkan keunikan dan keindahan Silek Karang Indah, serta strategi yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang ditargetkan [19].

Manfaat utama dari brainstorming adalah mendorong kolaborasi dan partisipasi aktif dari semua anggota tim, sehingga setiap ide, baik yang konvensional maupun yang out-of-the-box, dapat dipertimbangkan dan dievaluasi. Proses ini juga membantu mengidentifikasi potensi kekuatan dan kelemahan dari berbagai konsep yang diusulkan, serta peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi selama produksi dan distribusi video. Selain itu, brainstorming memungkinkan tim untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan visual, naratif, dan teknis yang dapat digunakan dalam video, sehingga dapat dipilih solusi terbaik yang sesuai dengan tujuan promosi.

Dalam sesi brainstorming, beberapa ide yang dapat dipertimbangkan meliputi penggunaan teknik sinematografi yang unik, seperti slow-motion dan close-up, untuk menonjolkan detail gerakan Silek yang indah. Ide lain bisa mencakup integrasi elemen cerita yang menggugah, seperti kisah sejarah dan filosofi di balik Silek Karang Indah, serta penggunaan musik dan suara ambient yang autentik untuk menciptakan suasana yang mendalam dan emosional. Selain itu, strategi distribusi konten juga harus dibahas, termasuk kolaborasi dengan influencer, penggunaan media sosial, dan optimalisasi SEO, agar video promosi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan minat terhadap Silek Karang Indah. Dengan manfaat yang diperoleh dari brainstorming, diharapkan perancangan video promosi Silek Karang Indah dapat berjalan lebih efektif dan menghasilkan output yang maksimal.



Gambar 4. braistorming

Pra produksi

1. Studi typografi

Untuk menciptakan suatu kesan yang profesionalitasn dan dinamis pada perancangan. Penggunaan huruf yang memiliki keterbacaan yang jelas dan bisa diterapkan keberbagai media dan memiliki kesamaan dengan identitas audio visual yang dirancang. Pemilihan huruf pada media utama dan pendukung memberikan kesan dinamis dan profesional, serta bentuk kebudayaan dengan memperhatikan keterbacaan yang baik namun tetap menarik sesuai kriteria masing-masing.

Tabel 1. Studi tifografi

Jenis	Eстетika	Tata letak	Keterbacaan	Pengaplikasian
Jolly Lodger		✓	✓	Media utama
FFF Forward	✓		✓	Media pendukung
Ignite	✓	✓	✓	Media utama dan pendukung
Poppins	✓	✓		Media utama
Green King's	✓		✓	Media pendukung

2. Studi warna

Pada perancangan video promosi silek karang indah ini adalah menggunakan warna yang terkesan dingin dan netral. Karena ada beberapa warna yang terdapat pada elemen visual video promosi ini. Tujuan penggunaan dingin dan netral karena tentunya lebih beragam serta menjadi daya tarik pada media tersebut

Tabel 2. Study warna

Visual	Jenis	Kode	Arti
	Biru	3399ff	Warna biru memiliki efek menenangkan dan relaksasi bagi jiwa.
	Kuning Tua	F7CB1B	Warna biru memiliki elegan dan mewah
	Cream	FFFF82	Warna biru memiliki sebagai penghormatan dan kerendahan hati
	Hitam	000000	Warna hitam memberikan kesan tajam, kuat, atau menakutkan.
	Putih	ffff	Warna putih selalu dihubungkan dengan kesucian, kebaikan, dan kebersihan.

3. Storyboard

Storyboard adalah alat visual yang penting dalam Perancangan vidoe promosi silek karang indah. Ini berfungsi sebagai panduan yang memetakan setiap adegan dan urutan visual yang akan ditampilkan dalam video. Dengan menyajikan sketsa atau ilustrasi dari setiap bagian video, storyboard membantu tim kreatif memahami dan merencanakan bagaimana setiap elemen akan disampaikan, mulai dari penempatan teks, penggunaan warna, hingga tata letak visual. Penggunaan storyboard dalam perancangan ini memastikan bahwa konsep yang dirancang dapat diterjemahkan secara konsisten dan efektif dalam video, sehingga pesan promosi dapat disampaikan dengan jelas dan menarik.

Tabel 3. Storyboard

Scene	Visual	Keterangan	Teknik Kamera
1		Logo Silek Karang Indah	<i>Midle</i>
2		Remaja mencoba gerakan silat	<i>Big CU - kiri</i>
3		Shot bagian kaki dalam melakukan langkah silat	<i>Medium CU - depan - bagian bawah</i>
4		Wajah Cakra bingung	<i>Medium CU - serong kiri</i>
5		Mencoba gerakan silat	<i>Medium CU</i>
6		Khaki Cakra tersandung	<i>Medium Shot - depan</i>

Produksi

Dalam tahap produksi video promosi silek karang indah, pengambilan gambar dilakukan di berbagai lokasi untuk memastikan visual yang variatif dan mendukung pesan yang ingin disampaikan. Dalam tahap produksi dilakukan pengambilan gambar ketika memulai proses pembuatan video yang dilakukan di beberapa tempat. Proses syuting juga tergantung dengan kondisi dan cuaca yang mendukung dan dapat ditunda ketika cuaca kurang baik.



Gambar 5. Take duel di Lubuk Minturun



Gambar 6. Korong Kabun



Gambar 7. Take video 3

Pasca produksi

Setelah semua tahap produksi sudah dilewati yaitu pengambilan gambar dan video dirasa sudah lengkap, barulah masuk pada tahap pasca produksi, yaitu proses mengedit video. Pada proses editing penulis menggunakan software Adobe Premiere CC. Software ini dipilih dengan tujuan agar video yang dihasilkan bisa lebih maksimal, dalam proses editing video penulis menerapkan konsep cerita yang ringan dan sesuai dengan konsep awal agar mudah dipahami oleh audience.

1. Editing

Tahap editing adalah bagian krusial dalam perancangan video promosi Silek Karang Indah, karena pada tahap inilah semua elemen visual, audio, dan naratif digabungkan menjadi satu kesatuan yang kohesif. Proses editing dimulai dengan pengumpulan dan pengorganisasian semua footage yang telah diambil selama produksi. Footage kemudian diimpor ke dalam perangkat lunak editing video, seperti Adobe Premiere Pro

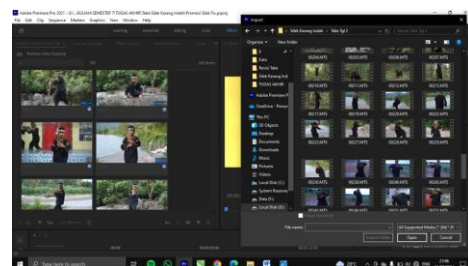
atau Final Cut Pro, untuk memulai proses penyuntingan.

Langkah pertama dalam editing adalah memotong dan menyusun urutan adegan sesuai dengan storyboard dan skrip yang telah direncanakan. Editor harus memastikan bahwa setiap transisi antar adegan berjalan lancar dan sesuai dengan alur cerita. Pada tahap ini, pemilihan shot terbaik yang menampilkan gerakan Silek dengan jelas dan indah sangat penting. Teknik seperti slow-motion digunakan untuk menyoroti gerakan-gerakan kunci dan memberikan dampak visual yang lebih dramatis.

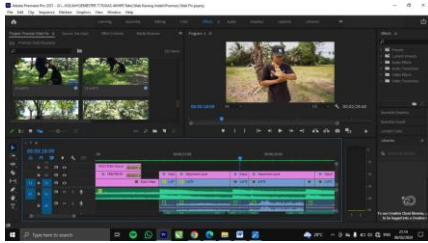
Selain visual, aspek audio juga sangat penting dalam editing. Musik tradisional yang telah direkam selama produksi diintegrasikan untuk menciptakan suasana yang mendalam dan autentik. Efek suara ambient dari alam dan suara latar lain ditambahkan untuk menambah kedalaman dan realisme pada video. Narasi dari guru Silek dan wawancara dengan tokoh-tokoh budaya diselaraskan dengan visual untuk memberikan konteks dan makna yang lebih dalam.

Selanjutnya, efek visual dan koreksi warna diterapkan untuk meningkatkan kualitas visual dan estetika video. Koreksi warna membantu menciptakan konsistensi warna dan mood yang diinginkan, sementara efek visual seperti pencahayaan tambahan dan filter dapat digunakan untuk menekankan elemen-elemen penting dalam video. Proses ini juga mencakup penyesuaian brightness, contrast, dan saturation untuk memastikan tampilan visual yang optimal.

Terakhir, teks dan grafis ditambahkan untuk memberikan informasi tambahan dan memperjelas pesan video. Ini bisa berupa judul, subtitle, dan ajakan bertindak yang mengarahkan penonton untuk mengunjungi situs web atau media sosial Silek Karang Indah. Setelah semua elemen terintegrasi dan video finalisasi, langkah terakhir adalah rendering video dalam format dan resolusi yang sesuai untuk distribusi di berbagai platform media sosial.



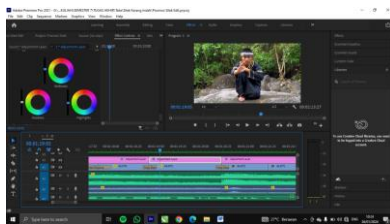
Gambar 8. Proses capture data



Gambar 9. Proses editing

2. Rendering

Rendering adalah tahap akhir dalam proses editing video di mana semua elemen yang telah diedit digabungkan dan diolah menjadi satu file video utuh. Proses ini sangat penting karena menentukan kualitas akhir video yang akan ditampilkan kepada audiens. Setelah proses editing selesai, editor memastikan bahwa semua klip video, audio, efek, teks, dan grafis berada pada tempatnya dan sesuai dengan visi yang diinginkan. Sebelum memulai rendering, editor perlu memilih format dan resolusi yang tepat untuk output video. Untuk video promosi Silek Karang Indah, format yang umum digunakan adalah MP4 dengan codec H.264, karena format ini memberikan kualitas video yang baik dengan ukuran file yang relatif kecil, serta kompatibel dengan berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook. Resolusi tinggi seperti 1080p atau bahkan 4K akan memberikan tampilan yang tajam dan detail, sangat penting untuk menonjolkan keindahan gerakan Silek dan latar belakang alam.



Gambar 10. Rendering



Gambar 11. Pengaplikasian video

Media pendukung

Media pendukung memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan dan memperkuat pesan promosi video Silek Karang Indah. Alat-alat seperti poster, spanduk, baliho, stiker, mug, tumbler, topi, t-shirt, dan gantungan kunci dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik promosi ini. Dengan desain yang menarik dan

pesan yang konsisten, media pendukung ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat kesan yang ditinggalkan oleh video promosi, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk tertarik dan terlibat dengan Silek Karang Indah.



Gambar 12. Poster



Gambar 13. Spanduk dan baliho



Gambar 14. Mug dan tumbler



Gambar 15. T-shirt



Gambar 16. Gantungan kunci



Gambar 17. Topi

KESIMPULAN

Perancangan video promosi Silek Karang Indah melalui proses yang terstruktur dan kreatif telah berhasil menghasilkan sebuah video yang efektif dan menarik. Tahap pra produksi yang melibatkan penelitian, brainstorming, dan pembuatan storyboard memastikan bahwa semua elemen visual dan naratif telah direncanakan dengan matang. Produksi yang dilakukan dengan teknik sinematografi yang tepat dan pengambilan gambar yang detail menampilkan keindahan gerakan Silek serta keunikan budaya yang menyertainya. Tahap editing menggabungkan semua elemen ini menjadi satu kesatuan yang kohesif, dengan musik, narasi, dan efek visual yang memperkuat pesan promosi.

Hasil akhirnya adalah video promosi yang mampu menarik perhatian audiens lokal dan internasional, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang Silek Karang Indah, serta membangkitkan minat untuk mempelajari dan mengunjungi tempat asal seni bela diri ini. Media pendukung seperti poster, spanduk, baliho, dan merchandise tambahan turut memperluas jangkauan dan memperkuat dampak dari video promosi. Dengan strategi distribusi yang efektif, video ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap Silek Karang Indah, serta berkontribusi pada pelestarian dan pengembangan warisan budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Syamsul, M., Afdhal, V. E., & Sayuti, M. (2022). Perancangan Film Dokumenter Menelusuri Jejak Silek Indrak Ayam Pesisir Selatan. *TRADISIGN: Jurnal Pustaka Desain dan Budaya*, 1(1), 31-37.
- [2] Heryana, A. (2018). Pencak Silat Ameng Timbangan Di Jawa Barat: Hubungan Antara Ajaran Dan Gerak Ameng Timbangan. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 10(1), 131. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v10i1.337>.
- [3] Darmawan, A. D., Adelliana, A., Cahyani, E. D., & Triana, A. N. (2023). Pencak Silat dan Nilai Sosial dalam Masyarakat. *PENJAGA: Pendidikan Jasmani Dan Olahraga*, 4(1), 28-35. <https://doi.org/10.55933/pjga.v4i1.668>.
- [4] Herwanda, W., & Widodo, T. (2024). Interaksi Sosial Remaja Dalam Mengikuti Silat Pangean Laman Batang Hari Di Desa Pulau Jum'at Kecamatan Kuala Cenaku Kabupaten Indragiri Hulu. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah*

- Multidisiplin*, 1(5), 16-23. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i1.63>
- [5] Ruzali, R. (2018). Takana Gagasan Tradisi Dalam Kemasan Kekinian. *Jurnal Seni Makalangan*, 5(2).
- [6] HUM, A. M., & Kuniang, E. K. N. (2015). Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Dalam Randai Bujang Sampai: Values of Character Education in Randai Bujang Sampai. *Jurnal Peradaban Melayu*, 10, 108-122.
- [7] Pratama, A. (2019). *Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dan Pola Asuh Orang Tua Dalam Falsafah Hidup Adat Minangkabau (Adat Basandi Syara', Syara'basandi Kitabullah) Untuk Melahirkan Masyarakat Yang Tangguh, Di Kota Payakumbuh, Sumatera Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- [8] Ediyono, S., & Widodo, S. T. (2019). Memahami Makna Seni dalam Pencak Silat. *Panggung*, 29(3). <https://doi.org/10.26742/panggung.v29i3.1014>
- [9] Maulani, G., Jessyha, C., & Saragih, D. E. (2018). Video promosi untuk program acara crazy challenge mnc channel-indovision dengan adobe premiere Pro. *Semnasteknomedia Online*, 6(1), 2-11.
- [10] Putra, J. F. A. (2022). *TA: Perancangan Video Kampanye Sosial Perguruan Silat sebagai Upaya Mencegah Bahaya Provokatif di Media Sosial* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- [11] M Imamuddin, M. I. (2023). *Rekam Jejak 45 Hari di Sialang Pulau Aia*.
- [12] Sabiq, A. S. (2019). *Kontruksi Visual Dalam Desain Iklan" History of Tolak Angin"* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- [13] Hendriyanto, A., & SUTOPO, B. (2021). *Rontek Seni Ikonik Masyarakat Pacitan*.
- [14] Nazmi, R. (2023). *Sosialisasi Pentingnya Pewarisan Nilai Sejarah Lokal Minangkabau bagi Generasi Muda di Nagari Tuo Pariangan Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar*. *Gelora Support System Pada Literasi, Budaya Dan Teknologi*, 87.
- [15] Deswita, E., Rahmafriti, F., Asmendri, A., & Sari, M. (2023). Meningkatkan Nilai Kearifan Lokal melalui Implementasi Program P5 Silek Tuo Pagaruyung. *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 295-312. <https://doi.org/10.54437/alidaroh.v7i2.922>
- [16] Suardi, M., & Anggara, A. (2024). Branding Produk Kopi Bubuk Matoari. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 6(1), 123-130. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v6i1.196>
- [17] Sayuti, M., & Andika, M. (2022). Perancangan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Mukomuko Dalam Bentuk Audio Visual. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 57-62. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.57>
- [18] Aghnia, I., & Kusumandyoko, T. C. (2022). Perancangan Video Profil Pondok Pesantren Qomaruddin Bungah Gresik. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 202-212.
- [19] Sayuti, M. (2022). Motion Graphic Media Informasi Wisata Kompleks Percandian Muara Jambi. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 1-9. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i1.34>