

## EKSPLORASI KEARIFAN LOKAL DESA KADUGENEP MELALUI PERANCANGAN KREATIF VIDEO PROFILE

Nuryadi<sup>1</sup>, Edy Chandra<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Desain Komunikasi Visual - Fakultas Desain & Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul  
Surel: nuryadi@esaunggul.ac.id

<sup>2</sup> Jurusan Desain Komunikasi Visual - Fakultas Seni Rupa & Desain, Universitas Tarumanagara  
Surel: edyc@fsrd.untar.ac.id

### ABSTRACT

*Referring, supporting, and continuing the programs of the Ministry of Tourism and Creative Economy in assisting the development of small and medium entrepreneurs who are widely spread throughout Indonesia today. Where the development of successful programs was implemented to achieve the MURI record, namely Business Matching 2022 in Nusa Dua Bali. Record of creative economy revival with an income value of 214 trillion in transactions for 3 days. On the basis of these facts, the development process is still not evenly carried out. If you hear of local producers in the form of bags, you will refer to the areas of Bandung City and Tasikmalaya City in West Java. Of course, the bag craftsman area can still be found in the Kadugene Village area, Petir District, Serang Regency. Known as the "little village of a thousand machines". The quality of the products produced is not inferior to producers from the city of Bandung and the city of Tasikmalaya. The current fact of the economic potential in the Kadugene Village area is not yet widely known. This fact becomes the point of applied research plans and creative concept proposals with the aim of re-elevating the characteristics of local wisdom in the Kadugene Village area through creative thinking and planning for designing video profiles. The research method is observation and interviews with informants in the management and craftsmen of Kadugene Village. The paradigm in this research is the positivism of the study of literature to examine the discussion of certain concepts in a literature or situational discourse in Kadugene Village. The expected assumption for Kadugene Village is the creation of creative solutions for video profile which are indicators of the development of bag craft information in Kadugene Village through video profile future.*

**Keywords:** Creative Solutions, Kadugene Village, Bag Manufacturer.

### ASBTRAK

Merujuk, mendukung, serta melanjutkan program-program dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam membantu pengembangan pengusaha kecil menengah yang banyak tersebar di wilayah Indonesia saat ini. Dimana pengembangan program-program yang sukses diimplementasikan hingga meraih Rekor MURI, yaitu Business Matching 2022 di Nusa Dua Bali. Rekor kebangkitan ekonomi kreatif dengan nilai income 214 Trilyun dalam transaksi selama 3 hari. Atas dasar fakta-fakta tersebut, proses pengembangan tersebut masih belum merata dilakukan. Jika mendengar produsen lokal berupa tas, maka akan merujuk kepada wilayah Kota Bandung dan Kota Tasikmalaya di Jawa Barat. Tentunya Kawasan pengerajin tas masih dapat ditemukan di wilayah Desa Kadugene, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang. Dikenal dengan nama "desa kecil seribu mesin". Kualitas produk-produk yang dihasilkan tidak kalah dengan produsen-produk dari kota Bandung dan kota Tasikmalaya. Fakta saat ini dari potensi perekonomian di wilayah Desa Kadugene belum maksimal dikenal secara luas. Fakta ini menjadi poin rencana penelitian terapan dan usulan konsep kreatif memilk tujuan untuk mengangkat kembali ciri khas kearifan lokal di kawasan Desa Kadugene melalui pemikiran dan perencanaan kreatif perancangan video profile. Metode penelitian observasi dan wawancara dilakukan dengan informan di pengurus dan pengerajin Desa Kadugene. Paradigma dalam penelitan ini adalah *nonpositivisme* studi literatur untuk meneliti pembahasan dalam konsep tertentu dalam sebuah literatur atau wacana situasi pada Desa Kadugene. Asumsi yang diharapkan kepada Desa Kadugene adalah terciptanya solusi kreatif tayangan *video profile* yang menjadi indikator perkembangan informasi kerajinan tas di Desa Kadugene melalui media *video profile* dimasa mendatang.

**Kata kunci:** Solusi Kreatif, Desa Kadugene, Pengerajin Tas.

## 1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia memiliki keberagaman kekayaan alam dan budaya sehingga berpotensi memiliki nilai-nilai kekayaan kearifan lokal (*local wisdom*) di setiap pulaunya. Kearifan lokal ini terbentuk karena interaksi di lingkungan yang melatarbelakanginya baik alam maupun sosialnya.

Interaksi ini yang membuat potensi tumbuh kembangnya kearifan lokal di masyarakat tersebut. Potensi ini harus dikembangkan oleh pemerintah daerah setempat dan didukung oleh pemerintah pusat agar tidak hilang.

Nilai kearifan lokal ini berkaitan dengan mata pencaharian masyarakat setempat, dalam aktifitasnya memenuhi kebutuhan mereka. Produsen lokal berupa tas yang terkenal di kota-kota besar di Indonesia, akan merujuk kepada wilayah Kota Bandung dan Kota Tasikmalaya di Jawa Barat namun tidak di sana saja kawasan pengerajin tas masih dapat ditemukan di wilayah Desa Kadugenep, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang. Dikenal dengan nama “desa kecil seribu mesin”. Kualitas produk-produk yang dihasilkan tidak kalah hasilnya dengan produsen-produsen dari kota-kota besar di atas.

Pengembangan wilayah Desa Kadugenep, merupakan sebuah perencanaan pembangunan lingkungan atau *environment* oleh pemerintah daerah setempat atau Kabupaten/Kota. Banyak produk kerajinan tangan yang dihasilkan (*home industry*), salah satunya kerajinan tas. Aopidi, Kepala Desa, mengatakan bahwa Desa Kadugenep itu dikenal dengan sentra UMKM industri tas. Di mana mayoritas di Desa Kadugenep hampir 80% adalah pelaku UMKM dan pengerajin tas. Meskipun masih manual dalam produksinya, secara kualitas produk tas Desa Kadugenep masih bisa bersaing dengan produk tas daerah lain.

Aopidi juga menambahkan, desa kami memang sudah seperti punya ikon industri tas bahkan untuk tingkat kabupaten dan provinsi, Desa Kadugenep itu sudah sangat akrab dengan ikon tas itu. Namun, lagi-lagi keberadaan industri tas di Desa Kadugenep ini terkendala oleh banyak hal diantaranya infrastruktur yang masih belum membaik, belum sempurna mobilitas bahan baku yang akan dibawa itu ketika infrastrukturnya masih carut-marut/ acak-acakan, ini yang perlu dibenahi terutama mungkin oleh pihak dari pemerintah Kabupaten.

Fakta saat ini dari potensi perekonomian di wilayah Desa Kadugenep belum maksimal dikenal secara luas. Produk-produk kerajinan Desa Kadugenep terutama tas kurang terekspos oleh masyarakat di Indonesia, membuat produk tas tersebut menjadi kalah saing dan kurang terlikir oleh masyarakat di sekitarnya terutama di Indonesia. Fakta ini menjadi poin rencana penelitian terapan dan usulan konsep kreatif memiliki tujuan untuk mengangkat kembali ciri khas kearifan lokal di wilayah Desa Kadugenep melalui pemikiran dan perencanaan kreatif melalui perancangan *video profile* Desa Kadugenep. Sebelumnya sudah ada promosi untuk mengenalkan beragam objek kerajinan tangan beberapa tahun yang lalu. Selain itu video promosinya belum mendapatkan sentuhan konsep desain yang kreatif. Oleh karena itu usulan konsep kreatif diperlukan dalam perancangan *video profile* Desa Kadugenep untuk menyampaikan informasi secara lengkap. Rancang *video profile* produk-produk kerajinan Desa Kadugenep terutama tas diharapkan bisa terekspos di masyarakat Indonesia. Rumusan masalah penulisan ini adalah “Bagaimana mengeksplorasi kearifan lokal Desa Kadugenep melalui rancangan kreatif *video profile*?” Tujuan *video profile* ini adalah:

1. Kearifan lokal Desa Kadugenep dapat tereksplorasi khususnya kerajinan tangan tas melalui usulan rancangan kreatif *video profile* Desa Kadugenep.
2. Memperkenalkan potensi perekonomian di wilayah Desa Kadugenep lebih luas di masyarakat Indonesia melalui rancangan kreatif *video profile* Desa Kadugenep.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini melakukan pendekatan observasi dan wawancara dalam pengumpulan data secara langsung pada informan di pengurus dan pengerajin Desa Kadugenep.

### 1. Metode Observasi

Pendekatan observasi dilakukan melalui pengamatan secara langsung di lapangan dalam menggali informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

## 2. Metode Wawancara

Pendekatan yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung kepada narasumber atau informan di lokasi terutama kepala desa dan pengrajin tas Desa Kadugenep, guna memperoleh informasi secara tepat dan akurat.

Paradigma dalam penelitian ini adalah *nonpositivisme* studi literatur untuk meneliti pembahasan dalam konsep tertentu dalam sebuah literatur atau wacana situasi pada Desa Kadugenep. Asumsi yang diharapkan kepada Desa Kadugenep adalah terciptanya solusi kreatif tayangan *video profile* yang menjadi indikator perkembangan informasi kerajinan tas di Desa Kadugenep melalui media *video profile* di masa mendatang.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Desa

Desa Kadugenep terletak jauh dari keramaian kota. Luas wilayah Desa Kadugenep adalah 289Ha. Desa Kadugenep merupakan daerah dataran tinggi, 78 m diatas permukaan laut. Iklim subtropis Desa Kadugenep mempunyai pengaruh langsung terhadap aktivitas pertanian dan pola tanam di desa ini.

Infrastruktur akses menuju Desa Kadugenep masih belum membaik, belum sempurna untuk mobilitas bahan baku yang akan dibawa. Pengembangan wilayah Desa Kadugenep, merupakan sebuah perencanaan pembangunan lingkungan atau *environment* desa. Lingkungan desa dibagi tiga secara garis besar (Marjanto, Setiawan, Kusumah, Utama, & Sugih, 2013), yaitu:

1. Lingkungan fisik, termasuk benda-benda, makhluk hidup, dan unsur-unsur alam di sekitar kita
2. Lingkungan sosial, perihal aktivitas manusia atau aktivitas sosial dalam interaksi antarindividu, dan
3. Lingkungan budaya, hal-hal dalam pandangan, pengetahuan, norma-norma dan aturan-aturan yang berlaku di masyarakat.

Lingkungan fisik Desa Kadugenep secara geografis di bagian selatan Kabupaten Serang, luas wilayahnya lebih kurang 294 Ha di posisi  $6^{\circ} 13' 21''$  Bujur Timur dan  $106^{\circ} 12' 18''$  Lintang Utara/ Lintang Selatan. Batas wilayah Desa Kadugenep terletak:

1. Bagian Utara berbatasan dengan Desa Sindangsari Kecamatan Petir.
2. Bagian Selatan berbatasan dengan Desa Panunggulan Kecamatan Tunjungteja
3. Bagian Barat berbatasan dengan Desa Padasuka Kecamatan Petir.
4. Bagian Timur berbatasan dengan Desa Kubang Jaya Kecamatan Petir.

Lingkungan sosial Desa Kadugenep mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian, perkebunan dan pengrajin. Rata-rata penduduknya mempunyai lahan pertanian dan perkebunan.

Lingkungan budaya masyarakat Desa Kadugenep menjunjung tinggi budaya yang sudah ada dan saling menjaga nilai-nilai budaya dan adat istiadat Islam, hal ini terbukti ketika setiap ada peringatan hari besar Islam.

### Konsep Kreatif

Konsep Kreatif merupakan proses berfikir yang membawa keseimbangan, kedalaman dan kepekaan dalam pemikiran yang rasional. Kreativitas mencakup kemampuan dalam menentukan hubungan-hubungan baru, memandang subyek dari sudut pandang yang baru dan mengembangkan kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah diimajinasikan dalam pikiran (Evans, 2013). Memandang subyek dari perspektif yang berbeda akan membangun informasi-informasi menarik yang ada dalam pikiran kita dan bisa digali lebih dalam lagi dalam rancang kreatif subyek kita. Desa Kadugenep yang dikenal dengan *home industry* nya atau desa seribu mesin adalah subyek yang akan diteliti dalam penelitian ini, terutama kearifan lokal yang ada di dalamnya.

Banyak cara untuk memperkenalkan kearifan lokal produk dari suatu daerah, diantaranya melalui promosi media yang baik dan efektif serta dapat menjangkau konsumen secara luas. Promosi kearifan lokal yang baik adalah yang bisa mempengaruhi target audiens dengan tepat sasaran sehingga memberikan dampak positif daerah tersebut. Salah satu tujuan promosi adalah mengangkat dan memperkenalkan produk lokal suatu daerah ke masyarakat. Beberapa cara promosi yang dapat dilakukan, melalui media cetak, media elektronik serta yang berbasis internet seperti website, video iklan di media sosial lainnya.

Rancangan kreatif *video profile* yang akan diekspos adalah menggambarkan potensi Desa Kadugenep secara keseluruhan yang ada disana, mulai dari pengenalan tentang desa, pesan utama kepala desa untuk pengembangan potensi kearifan lokal hingga seluk beluk produksi kerajinan tas Desa Kadugenep secara visual melalui *video profile*. Berikut ini bagan konsep pengembangan rancangan kreatif *video profile* Desa Kadugenep:



Gambar 1. Konsep Kreatif rancangan *video profile* Desa Kadugenep  
Sumber: Penulis, 2022

### Perancangan Kreatif Video Profil Desa Kadugenep (*Pre-Production*)

Dalam rancangan kreatif proses produksi *video profile* Desa Kadugenep, pada dasarnya terdiri dari proses yang saling berkaitan melalui 3 tahapan produksi yaitu *pre-production*, *production* dan *post-production*. Tiga tahapan proses ini tidaklah harus searah/*linier*, karena dalam sebuah proses kreatif, bisa saja proses yang lain berjalan saat bersamaan, untuk mengatur efektifnya waktu. Dengan teknologi digital, hal itu memungkinkan sekali dilakukan tanpa harus mengulangi lagi proses yang sedang berlangsung. Penggalan ide dari kearifan lokal Desa Kadugenep dirancang dengan mengembangkan ide kreatif *video profile* dengan visualisasi bagan di atas meliputi:

1. Pembuatan desain *opening video profile* yang menjadi turunan untuk visual desain video profile lainnya.
2. Pembuatan *Video Teaser* (video pembuka) merupakan video singkat yang bertujuan untuk memperlihatkan inti permasalahan yang ditampilkan dalam *video profile*.
3. Video pengenalan industri tas Desa Kadugenep.
4. *Video Profile* Kepala Desa Kadugenep sebagai tokoh utama yang menyampaikan tentang industri kerajinan tas dan permasalahan yang ada di sekitar masyarakat untuk pengembangan daerah selanjutnya.
5. Video pengrajin tas dan warga untuk menggali lebih dalam informasi tentang kerajinan tas.
6. *Video Profile* penutup berisikan kesimpulan dan *credit title* atau pencatatan pihak-pihak yang terkait dalam proses *video profile* Desa Kadugenep.

### Penyusunan Proposal *Video Profile*

Membuat *video profile* yang terencana, penjabarkan rancangan kerja dituangkan dalam bentuk proposal dengan tahapan yang lebih detail, terukur dan memudahkan proses eksekusi pembuatan *video profile* di lapangan, tertera sinopsis mulai dari judul, tujuan, alur cerita, karakter, waktu, jadwal produksi, format dan anggaran (Fachrudin, 2012). Berikut ini bentuk rancangan kreatif proposal *video profile* Desa Kadugenep.

Proposal	Tanggal: 16 Desember 2021		Sinopsis, karakter
			Karakter Utama:
Judul: <u>Desa Seribu Mesin</u> Point of view: <u>Mengeksplorasi kearifan lokal Desa Kadugenep sebagai Desa Seribu Mesin penghasil kerajinan tas dengan kualitas yang tidak kalah bagus dengan kota pengrajin tas lainnya kepada Masyarakat Indonesia.</u> Aim: <u>membuka prespektif masyarakat Indonesia terhadap Desa Kadugenep.</u>			1. <u>Kepala Desa: H. M Aopidi</u> 2. <u>Pengrajin Tas: Bapak Ace</u> 3. <u>Warga Lokal: Ibu Ross</u>
<u>Kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Desa Kadugenep yang berkaitan dengan mata pencaharian masyarakat setempat Desa Kadugenep, terletak di Kecamatan Petir, Kabupaten Serang. Dikenal dengan nama "desa seribu mesin". Kualitas produk-produk yang dihasilkan tidak kalah hasilnya dengan produsen-produk dari kota-kota besar seperti Bandung dan Tasikmalaya.</u>  <u>Desa Kadugenep itu, dikenal dengan sentra UMKM industri tas. Di mana mayoritas di Desa Kadugenep hampir 80% adalah pelaku UMKM dan pengrajin tas. Meskipun masih manual dalam produksinya, secara kualitas produk tas Desa Kadugenep masih bisa bersaing dengan produk tas daerah lain.</u>  <u>Desa Kadugenep itu sudah sangat akrab dengan ikon tas itu. Namun, keberadaan industri tas di Desa Kadugenep ini terkendala oleh banyak hal diantaranya infrastruktur yang masih belum memadai yang perlu dibenahi terutama mungkin oleh pihak dari pemerintah Kabupaten.</u>			
<u>Waktu tayang</u>	<u>Jadwal produksi:</u>	<u>Format:</u>	<u>Anggaran:</u>
<u>Senin, jam 10.00 WIB</u>	<u>18 Desember 2021– 8 Januari 2022</u>	<u>Dokumenter Video Profile</u>	<u>Rp. 3.000.000,-</u>

Gambar 2. Format Proposal rancangan *video profile* Desa Kadugenep  
Sumber: Penulis, 2022

### Naskah

Naskah atau *script* sangat penting disiapkan di awal sebuah produksi video, karena merupakan dasar atau fondasi di dalam menyusun sebuah rangkaian cerita. Di dalam naskah meliputi penyusunan waktu secara berurutan menjadi sebuah *rundown* setiap tahap cerita, aksi dan dialog yang ingin dimunculkan dalam video. Secara singkat naskah adalah sebuah *blueprint* dari ide yang dituangkan dalam bentuk teks secara detail. Pembuatan naskah dilakukan untuk memberikan informasi yang terukur dan lengkap kepada pemirsa. Berikut ini adalah naskah dari *video profile* Desa Kadugenep:

1. Naskah Kepala Desa Kadugenep, H. Muhammad Aopidi (*Voice Over*)

Desa Kadugenep masih Jauh dari keramaian kota, Desa Kadugenep itu, dikenal dengan sentra UMKM industri tas. Di mana mayoritas di Desa Kadugenep hampir 80% adalah pelaku UMKM dan pengrajin tas, ini ironis. Ketika desa kami memang sudah seperti punya ikon industri tas bahkan untuk tingkat kabupaten dan provinsi, Desa Kadugenep itu sudah sangat-sangat akrab dan punya ikon itu adalah tas. Tapi lagi-lagi keberadaan industri tas di Desa

Kadugenep ini terkendala oleh banyak hal diantaranya infrastruktur yang masih belum membaik, belum sempurna mobilitas bahan baku yang akan dibawa itu ketika infrastrukturnya masih carut-marut acak-acakan seperti ini terkadang ada yang jatuh selalu kemudian juga genangan air yang becek jatuh barangnya, kemudian kotor lalu di situlah. Ini, ini yang perlu dibenahiterutama mungkin oleh pihak dari pemerintah Kabupaten.

2. Naskah Narasumber “Pak Ece” (*Voice Over*)

Sebagai pengelola UMKM di sini, saya sudah berjalan dari tahun 2010 ya? hampir 12 tahun lah, Alhamdulillah sih, sudah ada peningkatan gitu kan. Karyawan seneng. Apa, warga sini bisa dipekerjakan. Dikit-dikit juga lumayan kan. ada penambahan tiap hari penghasilan. Dari pada kan nggak ke mana-mana, kan jadi ada kegiatan disini. Selama Covid bapak gimana pak? Ya selama covid, hampir sama sekali gak ada. Mudah-mudahan nanti ada penambahan lagi, ada peningkatan lagi. Mudah-mudahan naik lagi, semoga stabil lagi.

Karyawan yang bekerja disini ada berapa pak? Hampir 14 orang yang bekerja di sini. Sengaja sih cuman 14. Harapan bapak kedepannya ini tuh pengen seperti apa tempat ini? Pengennya sih nambah lagi karyawannya, ya biar tambah banyak lagi penghasilannya yak. Karena memang kurang juga kan istilahnya. Itu aja sih.

Dalam sehari itu bapak bisa produksi berapa sih? Kalo tas gini, bisa 150 lusin seminggu. Coba bisa dikasih liat pak? Ini yang kayak gini, tas yang gini. Tas yang kayak gini bisa 150 lusin dama seminggu. Sekarang dapet orderan apron, iyaa, buat di salon. Hasil jahitannya juga rapih ya pak? Iya rapih. Diusahakan rapih, biar jadi berkualitas juga. Iya. Jadi bisa nambah yah pak? Semoga bisa, orderan bisa naik lagi. Iya, biar warga bisa pada kerja.

3. Naskah Narasumber “Ibu Ros” (*Voice Over*)

Nama saya Ibu Ros. Saya kerja disini sudah 10 tahun. dari situ mulainya, saya kerja dari jam delapan pagi sampai jam setengah lima sore. Terus habis Isya mulai mulai lagi, pulang jam 11 malam. Harapan ibu itu pengennya mah ya, gimana ya penghasilannya gitu ya, apa, modal apa, tapi kan Ibu nggak itu, nggak punya, nggak punya modal maksudnya. gitu ya. Iya saya pengen pengen ibu itu pengen bantuan apa pengen dapat bantuan ya buat permodalan ini, biar ibu gimana ya, kalau itu biar kita jalan lah, gitu. Perusahaan ini bermanfaat kesemuanya ini, yang pada jahit di sini, yang pernah kerja di sini gitu ya.

Nih sekarang saya lagi dapat order Apron. Selain apron ada lagi sendal, tas, ikat rambut, gitu ya. Sehari menghasilkan, tukang jahit sehari bisa per orang itu, 100 pcs lah, 200 pcs. Bisa request gak bu? Bisa request, bisa, bisa iya. Oooo.. iya bisa sekalian menentukan bahan ya? Untuk bahan nya sendiri ibu beli sendiri ya? Iya.

### **Rancangan *Rough Storyboard***

Rancangan *rough storyboard* merupakan proses penggambaran *storyboard* secara sketsa awal. Menurut Vega, 2004, *storyboard* sendiri adalah satu upaya menerjemahkan naskah yang sudah ditulis oleh seorang penulis naskah atau sutradara ke dalam bentuk visual yang akan dianimasikan atau diambil gambarnya dalam bentuk video. Ide sang penulis dituangkan dalam bentuk coretan 2D dalam bentuk *storyboard*. Nyawa dari sebuah film atau video ada pada *storyboard*, oleh karena itu seringkali terjadi revisi. Berikut ini rancangan *rough storyboard Video Profile Desa Kadugenep*:



Gambar 3. *Storyboard Video Profile* Desa Kadugenep  
Sumber: Penulis, 2022

### Teknik Pengambilan Gambar/ *Camera Shot Techniques (Production)*

Pada tahap selanjutnya setelah tahapan Pra Produksi (*Pre Production*) disiapkan, adalah melakukan tahapan produksi acara (*Production*). Tahap produksi ini sangat penting sekali karena terkait dengan kualitas gambar/ video, suara/ musik, alat-alat yang dibutuhkan dan teknik pengambilan gambar (*Camera Shot Techniques*) yang dihasilkan. Menurut Gregory dan Caldwell, 2008, pada tahapan produksi ini sangat berkaitan pada aspek teknik kamera dan peralatan, beberapa jenis pengambilan gambar (*shot*) dan komposisi *shot* yang bagus dan menghasilkan gambar-gambar yang menarik, adalah tahapan ketika video telah disyut; tetapi ingat bahwa di sini elemen yang termasuk di dalamnya meliputi wawancara, *footage video*, *graphic design*, musik, kualitas suara rekaman diperhatikan dengan baik.

Tabel 1. *Camera Shot*

No	Topik	Durasi	Shot	Situasi	Audio
1.	Scene satu :VO memperkenalkan keadaan desa Kadugenep.	00:00:30 0 detik	Wide angel , Bird eye, long shot.	Opening Bumper, Memperlihatkan situasi desa kadugenep seperti pemandangan danlain-lain.	VO : Maria Music :
2.	Scene dua :VO Memperkenalkan biografi pak Rohman	00:02:00 0 Detik	Medium shot, closeup.	Mengambil gambar pak Muhammad Aopidi	

	Scene tiga :VO		Medium	Mengambil gambar	
3.	Memperkenalkan produk Apron dan tas yang homeindustry	00:07:00 0 detik	shot, close up.	bapak Ece dan Ibu Eros	Maria dan Jesita

Sumber: Penulis, 2022

### ***Compositing, Editing – Mixing, dan Rendering (Post-Production)***

Pada tahap proses Paska Produksi ini, semua sumber-sumber data (*footages*) baik video/ gambar, animasi dan suara yang sudah ada dihimpun menjadi satu membentuk beberapa potongan adegan (*scene*) yang akan diedit dan digabungkan secara keseluruhan, baik *opening*, *teaser* dan *closing* untuk menghasilkan hasil yang baik.

#### ***1. Compositing***

*Compositing* sebuah istilah yang menggabungkan dan mengatur semua sumber-sumber data dalam satu tampilan yang dilihat secara menyeluruh. *Compositing* merupakan suatu seni untuk menempatkan sebuah image di atas image lainnya dan menghasilkan ilusi bahwa kedua elemen tersebut berada pada tempat dan waktu yang sama dalam sebuah adegan. *Compositing* juga dapat digunakan dalam proses yang sangat rumit. Sebagai contoh dalam film *Forrest Gump*, saat tokoh dalam film tersebut bertemu dengan pemimpin-pemimpin suatu Negara di masa lalu (Vega, 2014).

Kemampuan di dalam *compositing* merupakan suatu aspek yang cukup rumit dalam proses digital imaging untuk dikuasai. Penggabungan antara video, teks, efek, musik dan animasi diatur pada tahap ini. Pada pembuatan *Video Profile* Desa Kadugenep, antara video *environment* Desa Kadugenep dengan animasi *opening* dilakukan di sini. Software yang digunakan dalam *Video Profile* Desa Kadugenep untuk *compositing* adalah *After Effect* untuk membuat animasi dan *special effects* dan *Adobe Premiere* untuk mengedit keseluruhannya.

#### ***2. Editing & Mixing***

Setelah seluruh elemen, seperti video, animasi dan music atau *voice over* telah selesai dibuat, tahap selanjutnya adalah masuk ke proses editing untuk menghasilkan suatu bentuk yang utuh dari tampilan video dan bisa dinikmati hasil karyanya. Editing berarti menempatkan urutan image atau video dengan transisi atau perpindahannya yang sesuai, dengan penggabungan music, judul, efek suara dan elemen-elemen yang dibutuhkan. Editing ini menggunakan software non-linier editing yang sangat memudahkan kita dalam melakukan proses editing. Tiap urutan image disusun dalam sebuah timeline dan di tempatkan sesuai waktu pemunculannya sesuai dengan konsep cerita yang dibangun. Urutan *video profile* Desa Kadugenep disesuaikan dengan konsep kreatifnya, seperti pembahasan di atas sebelumnya.

Proses terakhir adalah me-mixing dengan *audio/music*, sesuai dengan kebutuhan gambar atau video. Proses *mixing* ini yang benar-benar menentukan nyawanya hasil editing video, yaitu melakukan hal yang paling utama dalam pengaturan *audio level* dan *equalizer* setiap sound yang digunakan. Dalam video profile Desa Kadugenep ini, beberapa narasumber yang dipilih seperti Kepala Desa Kadugenep, Pengrajin dan karyawan pengrajin tas benar-benar harus dijaga level audionya, ditambah lagi *music background* yang mengiringinya atau suara asli yang ada di sekitarnya.

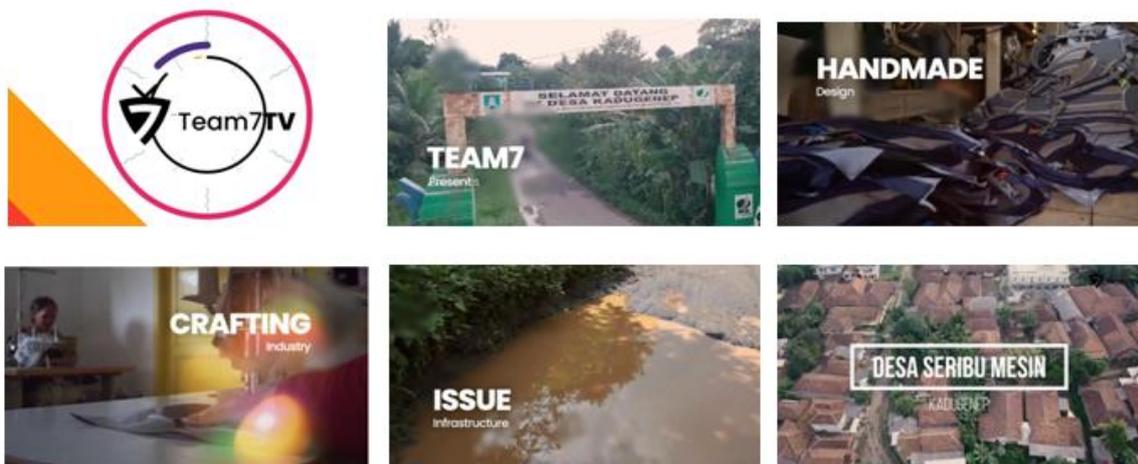


Gambar 4. Narasumber dengan *voice over*-nya  
Sumber: Penulis, 2022

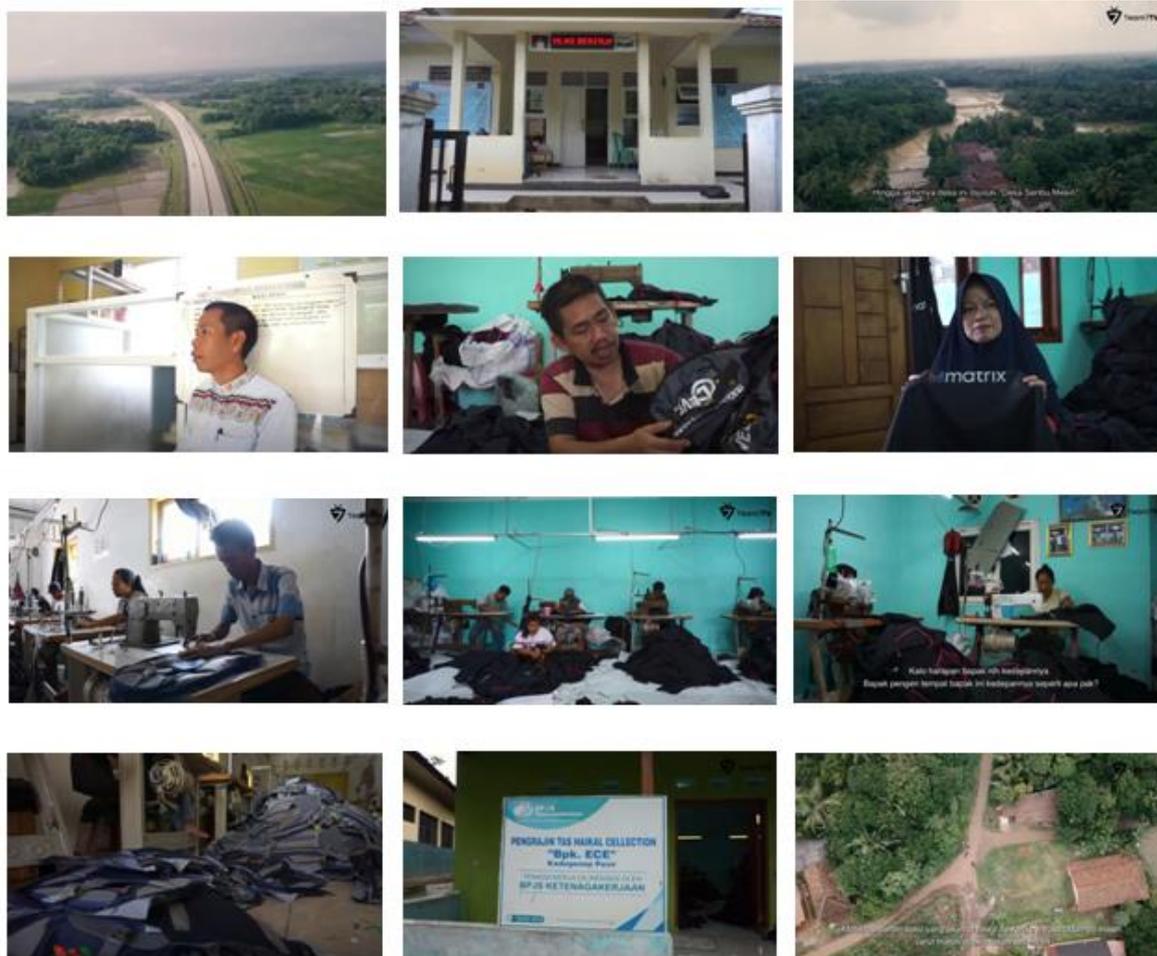
### 3. *Rendering*

Proses *rendering* adalah bagian akhir dari proses produksi secara keseluruhan merangkum tahapan sesuai perencanaan kreatif sebelumnya. Beberapa hal yang penting diperhatikan secara seksama dalam proses *rendering* ini adalah

1. *Frame Rate, review* yang benar dan akurat bergantung pada frame rate yang benar dan diatur dalam software tersebut.
2. Kecepatan *Rendering*, proses ini mereview sebuah efek yang telah diberikan, untuk melihatnya membutuhkan waktu. Jika terlalu lama pada saat *rendering* harus segera ditemukan karena akan sangat menghambat seluasnya proyek video yang dikerjakan.
3. Resolusi Output, output video atau gambar dalam resolusi yang tinggi akan semakin tajam dan detail yang dihasilkan tampak jelas. Dalam video atau image dengan resolusi rendah, detailnya akan hilang. Resolusi *video profile* Desa Kadugenep adalah dengan kualitas format video Full HD 1920 x 1080 pixel. Berikut ini hasil gambar *video profile* Desa Kadugenep secara keseluruhan:



Gambar 5. *Video Opening* dan *Teaser*  
Sumber: Penulis, 2022



Gambar 6. Isi Video Profile Desa Kadugenep  
Sumber: Penulis, 2022

#### 4. KESIMPULAN

*Video Profile* Desa Kadugenep dibuat dengan mengeksplorasi kearifan local desa setempat dengan membuat konsep dan perancangan video kreatif. *Video profile* ini sebagai sarana untuk promosi Desa Kadugenep, yang memiliki julukan “Desa Kecil Seribu Mesin”. Hampir 80% perekonomian warga setempat adalah pengrajin tas. Namun beberapa infrastruktur yang menjadi sorotan desa tersebut menjadi kendala yang masih berlangsung sebagai jalur masuk dan keluar bahan baku kerajinan tersebut. Selain itu dukungan pemerintah daerah dan para investor sangat dinantikan masyarakat dalam mengembangkan *home industry* mereka dan pengembangan sumberdaya masyarakat Desa Kadugenep. *Video Profile* ini dibuat untuk membantu mewujudkan harapan masyarakat Desa Kadugenep.

#### Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Di akhir penulisan jurnal ini, tidak lupa saya mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa dan pengurus Desa Kadugenep dan seluruh pihak yang terlibat, atas dukungan yang telah diberikan dalam analisa singkat penulisan singkat ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas budi baik semua dan menjadikan Desa Kadugenep berkembang dengan baik di tahun-tahun selanjutnya.

## REFERENSI

- Evans, J. (2013). *Breakthrough Thinking: A Guide to Creative Thinking and Idea Generation*. Canada: F+W Media.
- Fachrudin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Gregory, S., & Caldwell, G. (2008). *Video For Change*. Yogyakarta: INSIST Press.
- Marjanto, D. K., Setiawan, B., Kusumah, S. D., Utama, B., & Sugih. (2013). *Kearifan Lokal dan Lingkungan*. Jakarta: PT Gading Inti Prima.
- Priyadharma, T. (2001). *Kreativitas dan Strategi*. Jakarta: Citra Mandala Pratama.
- Vega, Wendy. (2004). *The Making of Animation Homeland*. Jakarta: Megindo Tunggal Sejahtera.

---

*(halaman kosong)*