

Perancangan Video Profil Komunitas ‘North Sumatera Beatbox’ Sebagai Media Promosi Genre Musik Beatbox

Designing a Video Profile of the ‘North Sumatra Beatbox’ Community as Promotional Media for the Beatbox Music Genre

Denis Jefry Marpaung¹, Irwansyah²

^{a,b}Program Studi Film dan Televisi Universitas Potensi Utama, KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3A, Medan, 20241, Indonesia
dennisjeffry14@gmail.com¹, irw.syah23@gmail.com²

ABSTRAK

Beatbox mulai di kenal dalam dunia hip-hop pada tahun 1980-an dan beatbox merupakan jenis seni musik yang memfokuskan diri dalam menghasilkan bunyi-bunyi ritmis dan ketukan drum, instrument musik, ataupun tiruan dari bunyi-bunyian. Tentunya itu semua dilakukan dengan melalui alat-alat ucap manusia seperti mulut, lidah, bibir, dan rongga-rongga ucap lainnya. Beatbox mulai berkembang diseluruh dunia termasuk di Indonesia dan memasuki wilayah Sumatera Utara terkhususnya kota Medan dan terbentuklah sebuah komunitas yang bernama North Sumatera Beatbox pada tahun 2014. Namun dengan kurangnya promosi yang dilakukan oleh komunitas tersebut, penulis melakukan penelitian dan merancang sebuah video profil yang tujuannya ialah untuk mempromosikan komunitas North Sumatera Beatbox. Dalam perancangan video profil sebelumnya penulis melakukan metode pengumpulan data dengan menggunakan dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data yang didapat kemudian dianalisis untuk mendapatkan konsep perancangan video profil dan kemudian penulis merancang storyboard untuk menentukan alur cerita yang diinginkan. Setelah itu penulis melakukan tahap shooting dan kemudian tahap editing untuk menghasilkan video profil yang dirancang. Dengan dirancangnya video profil tersebut itu dapat menjadi portofolio bagi komunitas dan diharapkan video profil ini mampu untuk mempromosikan komunitas North Sumatera Beatbox, sehingga akan membangun kepercayaan masyarakat mengenai komunitas North Sumatera Beatbox, memperluas jaringan kolaborasi, menarik minat masyarakat yang tertarik dalam dunia beatbox dan dapat merekrut orang-orang baru.

Kata Kunci : Beatbox, North Sumatera Beatbox, Promosi, Video Profil

ABSTRACT

Beatbox began to be recognized in the hip-hop world in the 1980s and beatbox is a type of musical art that focuses on producing rhythmic sounds and drum beats, musical instruments, or imitations of sounds. Of course, this is all done through human speech organs such as the mouth, tongue, lips, and other speech cavities. Beatbox began to develop throughout the world including in Indonesia and entered the North Sumatra region, especially the city of Medan and formed a community called North Sumatra Beatbox in 2014. However, with the lack of promotion carried out by the community, the author conducted research and designed a profile video whose purpose was to promote the North Sumatra Beatbox community. In designing the profile video, the author previously conducted a data collection method using two sources, namely primary data and secondary data. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mendapatkan perancang konsep video profil dan kemudian penulis merancang storyboard untuk menentukan alur cerita yang diinginkan. Setelah itu penulis melakukan tahap shooting dan kemudian tahap editing untuk menghasilkan video profil yang dirancang. Dengan dirancangnya video profil tersebut dapat menjadi portofolio bagi komunitas dan diharapkan video profil ini mampu mempromosikan komunitas North Sumatera Beatbox, sehingga akan membangun kepercayaan masyarakat mengenai komunitas North Sumatera Beatbox, memperluas jaringan kolaborasi, menarik minat masyarakat yang tertarik pada dunia beatbox dan dapat merekrut orang-orang baru.

Keywords : Beatbox, North Sumatera Beatbox, Promotion, Video Profile

Info Artikel :

Disubmit:05 Januari 2024

Direview:02 Februari 2024

Diterima :05 Maret 2024

1. PENDAHULUAN

Perkembangan musik di Indonesia sangat dipengaruhi oleh perkembangan musik yang ada di dunia. Banyak aliran-aliran musik yang masuk ke Indonesia yang berasal dari Eropa maupun Asia, sehingga sekarang banyak bermunculan jenis-jenis musik di Indonesia contohnya musik *pop*, *reggae*, *rock*, *underground*, *punk*, *funk*, *jazz*, *k-pop*, *hip-hop* dan masih banyak lagi. Musik *hip-hop* adalah sebuah *genre* yang di dalamnya terdapat musik *rap*, *r&b*, *dubstep*, *dj*, dan juga *beatbox* (Hansen Djulianto, 2022). *Beatbox* mulai di kenal dalam dunia *hip-hop* pada tahun 1980-an dan *beatbox* merupakan jenis seni musik yang memfokuskan diri dalam menghasilkan bunyibunyi ritmis dan ketukan drum, instrument musik, ataupun tiruan dari bunyi-bunyian lainnya seperti suara robot, suara tetesan air, suara *turntable*, dan masih banyak suara yang bisa dihasilkan lewat *beatbox*. Tentunya itu semua dilakukan dengan melalui alat-alat ucap manusia seperti mulut, lidah, bibir, dan rongga-rongga ucap lainnya.

Hingga kini seni musik *beatbox* sudah banyak dikenal dan diminati di seluruh Indonesia yang salah satunya ialah di Sumatera Utara dan terbentuklah komunitas *beatbox* yang didirikan oleh 3 nama yaitu 3 Fathin, Syahrul dan Arif pada tahun 2014. Komunitas *beatbox* di Sumatera Utara ini bernama *North Sumatera Beatbox* yang berpusat di kota Medan. Namun adapun kekurangan dan masalah yang dimiliki ialah tidak adanya bentuk promosi yang dilakukan secara efektif dan aktif sehingga itu mengakibatkan banyak masyarakat tidak mengenal dan mengetahui keberadaan komunitas *North Sumatera Beatbox*, tidak adanya pertumbuhan komunitas, terbatasnya peningkatan anggota, kurangnya kolaborasi dan pertukaran ide, terbatasnya dukungan finansial dari sponsor ataupun pihak lain, serta terbatasnya pengakuan dan penerimaan dari masyarakat. Dengan masalah yang dihadapi tersebut membuat *North Sumatera Beatbox* tidak mengalami perkembangan dari awal terbentuk hingga saat ini. Oleh karena itu, promosi yang baik sangat penting dilakukan bagi perkembangan dan keberlanjutan komunitas *North Sumatera Beatbox*. Dengan melihat perkembangan zaman dan teknologi generasi muda saat ini yang lebih suka mengakses video melalui *youtube*, *instagram*, dan juga *tiktok*. Penulis memberikan solusi bahwa *platform* tersebut merupakan salah satu media promosi yang sangat efektif dan tentunya diminati oleh banyak orang disegala golongan usia.

Oleh sebab itu bentuk promosi yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan media video profil. Video profil secara umum berisi sebuah informasi, sejarah, keunggulan, kegiatan, dan layanan yang ditawarkan (Slamet Hidayat, 2023) dan video profil sangat tepat untuk bisa menjadi media promosi komunitas *North Sumatera Beatbox*. Adapun isi dalam video profil ini akan disertakan wawancara dengan anggota komunitas *North Sumatera Beatbox* yang akan memberikan penjelasan mengenai latar belakang, kegiatan-kegiatan yang dilakukan, serta prestasi-prestasi yang sudah di dapat. Hal itu akan membantu menciptakan pemahaman atau pengenalan yang lebih dalam tentang keberadaan *North Sumatera Beatbox* kepada masyarakat. Sehingga dengan adanya promosi yang dilakukan melalui video profil ini mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang *North Sumatera Beatbox*, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan *North Sumatera Beatbox*, membangun kepercayaan, memperluas jaringan kolaborasi, serta menarik minat dan perhatian orang-orang yang tertarik dalam dunia *beatbox*, dan dapat merekrut orang-orang baru untuk bergabung menjadi anggota dari *North Sumatera Beatbox*. Berdasarkan pemaparan permasalahan yang ditemukan diatas penulis mengangkatnya menjadi skripsi dengan judul “Perancangan Video Profil Komunitas *North Sumatera Beatbox* Sebagai Media Promosi *Genre Musik Beatbox*”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Studi Literatur

1) Videografi dan Sinematografi Praktis

Buku karya Vincent Bayu Tapa Brata, menjelaskan mengenai perkembangan teknologi video dan menerjemahkan ide cerita atau konsep kedalam bentuk visual

2) Video Editing dan Video Production

Buku karya Wahana Komputer, buku ini memberikan penjelasan mengenai tahapan dan proses dalam pembuatan *video production*.

3) Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM

Buku karya Ria Estiana, Nurul Giswi Karomah, dan Teddy Setiadi, yang dimana pada buku ini menjelaskan mengenai media sosial menjadi pilar utama untuk mendapatkan sebuah informasi dan menjadi wadah untuk mempromosikan segala sesuatu

4) Belajar Sendiri *Adobe Premier CC 2019*

Buku karya Jubilee Enterprise, buku ini menjelaskan bagaimana mengedit video dengan menggunakan aplikasi *Adobe Premier CC 2019*.

5) Dasar-dasar Pengoperasian Kamera

Buku karya Eko Darmawanto, M.Pd, buku menjelaskan dasar-dasar dari pengoperasian kamera yang baik dan benar seperti *white balance*, pengaturan fokus pada lensa, dan *rule of third*.

6) *Video Company Profile*

Jurnal ini adalah karya Erlin Andriana Lupitasari, dalam jurnal ini menjelaskan video profil adalah media yang efektif untuk bisa mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu

7) Pengolahan Suara Menggunakan *Adobe Audition*

Buku karya Dony Novaliendry, buku ini menjelaskan mengenai bagaimana pengolahan suara yang baik dengan menggunakan aplikasi *Adobe Audition 2021*

8) *Layout Dasar dan Penerapannya*

Buku karya Surianto Rustan, buku ini menjelaskan tentang cara *layout* tahap demi tahap yang diterapkan diberbagai media seperti foto, video, kartu nama, buku, *cover*, dan lain-lain.

9) Buku Keteknikan Videografi Membuat Film Pendek dan Video Iklan

Buku karya Sudaryanto dan Sabjan Badio ini menjelaskan tentang bagaimana teknik-teknik dalam membuat video yang baik dan benar baik itu untuk film pendek ataupun video iklan.

B. Tinjauan Karya

1) Berjuang ditengah Pandemi Film Dokumenter

Dalam video karya Faisal Albisri ini penulis mengambil referensi dengan menggunakan teknik dalam pembuatan video dokumenter sebagai ide dan konsep yang diterapkan pada karya video profil *North Sumatera Beatbox*.

2) *Indonesia Beatbox Party 2023 : Walikota Cup*

Dalam video milik *Werewolf Beatbox* ini penulis mendapat inspirasi tentang bagaimana pengambilan *footage* video *beatbox battle*.

3) *Tutorial Color Grading di Premier Pro*

Dalam video karya ArtodiPro ini penulis mendapat inspirasi pada saat proses *editing* akan menggunakan *color grading* pada karya video profil *North Sumatera Beatbox*.

4) *Recap Video Grand Beatbox Battle 2021 World League*

Dalam video milik *Swissbeatbox* ini penulis mengambil inspirasi untuk menggunakan musik *beatbox* sebagai *backsound* dari video profil *North Sumatera Beatbox*.

5) Penggunaan *Shot* yang Tepat Agar Pesan Kita Tersampaikan

Dalam video karya Nusa Teguh ini penulis mendapat inspirasi tentang penggunaan *shot angle* yang tepat pada video sehingga pesan yang disampaikan pada sebuah video akan lebih tersampaikan.

3. METODE

Metode yang digunakan penulis untuk mendapatkan data untuk perancangan video profil adalah data primer dan sekunder.

A. Data Primer

1) Observasi

Dalam pengumpulan data penulis melakukan observasi dengan mengunjungi dan melakukan pengambilan video di lokasi tempat komunitas *North Sumatera Beatbox* melakukan latihan yang berlokasi di *Angry Mama Coffee* di Jl. Asrama, Helvetia, Kota Medan. Selain itu juga penulis mengunjungi *event beatbox battle* yang dilakukan oleh *North Sumatera Beatbox*.

2) Wawancara

Penulis melakukan sesi wawancara dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber yang merupakan *leader* dari komunitas *North Sumatera Beatbox* yang bernama Muhammad Seftian Arsad.

3) Kuesioner

Penulis memberikan kuesioner kepada setiap pengunjung yang hadir pada pameran karya skripsi yang dimana tujuannya untuk mengetahui tanggapan dan respon dari masyarakat mengenai video profil *North Sumatera Beatbox*.

B. Sekunder

Dalam data sekunder yang digunakan penulis adalah data dari sosial media *instagram* resmi yaitu *@northsumaterabeatbox*. Sosial media komunitas ini berisi informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas *North Sumatera Beatbox*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis data

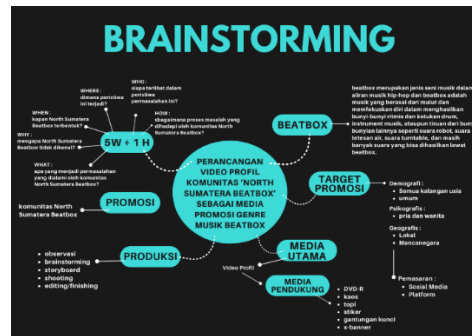
Table 1. 5W+1H
(Sumber : Denis Jefry Marpaung, 2023)

No.	5W+1H	Keterangan
1.	<i>What</i>	<i>North Sumatera Beatbox</i> adalah komunitas yang sudah cukup lama berdiri dan komunitas ini tidak mendapatkan perhatian atau tidak dikenal oleh banyak orang dikarenakan kebanyakan dari mereka tidak mengetahui adanya keberadaan komunitas beatbox di wilayah Sumatera Utara.
2.	<i>Why</i>	Komunitas ini tidak melakukan promosi yang cukup aktif dan efektif, oleh karena itu banyak dari masyarakat tidak akan memiliki kesempatan untuk mengetahui adanya keberadaan tentang <i>North Sumatera Beatbox</i> dan itu membuat komunitas tersebut tidak mengalami perkembangan hingga saat ini.
3.	<i>When</i>	<i>North Sumatera Beatbox</i> terbentuk dari 2014 dan sejak itu sampai dengan 2023 ini komunitas <i>North Sumatera Beatbox</i> masih belum mendapat perhatian dan tidak dikenal oleh masyarakat dikarenakan tidak adanya media promosi yang dimiliki oleh komunitas tersebut.
4.	<i>Where</i>	Peristiwa ini terjadi di Sumatera Utara, khusus nya di daerah kota Medan.
5.	<i>Who</i>	Permasalahan ini melibatkan sebuah komunitas beatbox yang ada di Sumatera Utara dengan sebutan <i>North Sumatera Beatbox</i> .
6.	<i>Who</i>	Dari awal terbentuk hingga saat ini komunitas ini masih sangat sedikit dikenal. Salah satu masalah yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang keberadaan komunitas beatbox sehingga itu juga menjadikan masyarakat tidak menganggap beatbox adalah sebagai bentuk seni musik. Proses masalah ini juga

		menyebabkan masyarakat tidak tahu apa itu <i>beatbox</i> , bagaimana cara melakukannya, atau bahkan tidak menganggapnya sebagai bentuk seni yang sah.
--	--	---

B. Ide Kreatif

- 1) Perancangan video profil ini tentu saja memerlukan ide kreatif untuk menggabungkan dan mengolah seluruh konsep dan gagasan. Oleh sebab itu penulis menggunakan metode *brainstorming* dalam perancangan video profil *North Sumatera Beatbox*, yaitu sebagai berikut.



Gambar 1. *Brainstorming*
(Sumber : Denis Jefry Marpaung, 2023)

2) Tema

Tema yang ditentukan oleh penulis dalam perancangan video profil *North Sumatera Beatbox* ini adalah "*We Are North Sumatera Beatbox*" yang dimanaini juga adalah slogan dari komunitas tersebut.

3) Target Pengguna

a. Demografis

Kolompok Usia : Segala kalangan usia
Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

b. Geografis

Sasaran pemasaran utama yang dituju adalah berbagai kota yang ada di wilayah Sumatera Utara

c. Psikografis

Laki-laki ataupun perempuan yang ingin belajar dan tertarik pada dunia *beatbox*

C. Strategi Kreatif

Strategi Kreatif ini merupakan tahap untuk menyampaikan isi dan pesan pada rancangan yang diciptakan oleh penulis.

1) *What to say*

Informasi yang disampaikan dalam video profil ini adalah mengenai latar belakang komunitas, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas, dan prestasi-prestasi yang sudah didapat. Penulis ingin video profil ini dapat menjadi bahan portofolio dan bahan promosi komunitas sehingga setiap audience memiliki pemahaman serta kepercayaan yang baik mengenai *North Sumatera Beatbox*.

2) *How to say*

Pada tahap ini penulis akan meminta kepada ketua komunitas untuk bisa menampilkan video profil tersebut jika mendapatkan undangan dari pihak *event* baik internal ataupun external. Kemudian penulis akan mempublikasikan video profil ini ke akun resmi sosial media komunitas baik di *instagram* dan juga *youtube North Sumatera Beatbox*.

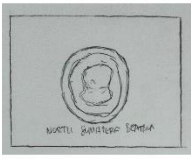
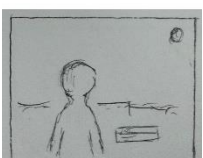
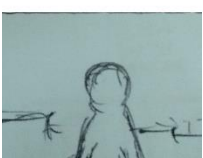
D. Konsep Media

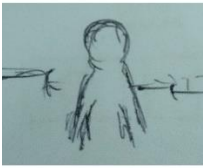
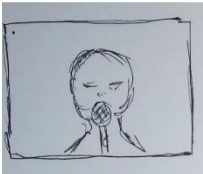
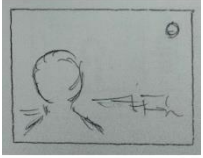
Konsep media adalah mempromosikan komunitas *North Sumatera Beatbox* kepada masyarakat dan media utama dari perancangan ini adalah sebuah video profil mengenai latar belakang dan kegiatan komunitas *North Sumatera Beatbox* dengan durasi video 4 menit dan memiliki resolusi 1920 x 1980 pixel dengan format MP4.

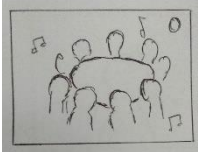
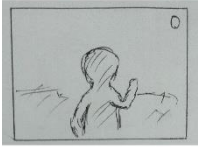
E. Visualisasi

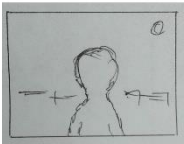
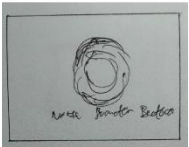
1) Storyboard

Table 2. *Storyboard*
(Sumber : Denis Jefry Marpaung, 2023)

Scene	Visual	Keterangan	Narasi	Durasi
01.		Menampilkan logo dari <i>North Sumatera Beatbox</i> sebagai <i>opening</i> video profil	<i>*background</i> musik <i>beatbox</i> sebagai <i>opening</i> *	5 detik
02.		Scene berpindah ke cuplikan anggota <i>North Sumatera Beatbox</i> yang sedang <i>performance</i>	<i>*suara beatbox</i> yang sedang melakukan <i>beatbox battle</i> *	20 detik
03.		Scene berikutnya menampilkan pengenalan seorang anggota <i>North Sumatera Beatbox</i> sebagai tokoh utama yang akan diwawancari mengenai <i>north sumatera beatbox</i>	"halo nama saya Muhammad Seftian Arsad biasa di panggil Asep dan saya adalah seorang <i>leader</i> dari komunitas <i>North Sumatera Beatbox</i> "	15 detik
04.		Scene ini kembali memunculkan cuplikan singkat dari kegiatan latihan anggota <i>north sumatera beatbox</i>	<i>*suara beatbox</i> yang sedang melakukan latihan <i>beatbox</i>	10 detik
05.		Scene ini kembali memunculkan tokoh utama yang diwawancari dengan topik awal yang disampaikan adalah mengenai latar belakang <i>north</i>	" <i>North Sumatera Beatbox</i> adalah komunitas se-sumatera utara yang berpusat di kota medan dan menjadi wadah untuk semua orang yang ingin belajar tentang <i>beatbox</i> . pastinya kegiatan kami disini adalah saling <i>sharing</i> , belajar,	30 detik

		sumatera beatbox	merangkul, dan saling support satu dengan yang lainnya"	
06.		scene berpindah dengan <i>angle</i> yang berbeda dengan narasumber menceritakan latar belakang <i>north sumatera beatbox</i>	"sebenarnya untuk history beatbox di sumatera utara itu diawali di kota medan pada tahun 2010. Pada tahun 2014 kita sepakat untuk membuat komunitas yang dapat menjangkau lebih banyak orang di luar medan yaitu se-sumatera utara."	20 detik
07.		<i>scene</i> berganti menjadi beberapa cuplikan kegiatan <i>north sumatera beatbox</i> dan narasumber tetap melanjutkan penjelasan mengenai latar belakang <i>north sumatera beatbox</i>	" Kami merintis komunitas ini dengan mengajak teman-teman kami yang hobi <i>beatbox</i> untuk bisa bergabung dan alhamdulillah jumlah anggota saat ini berjumlah kurang lebih 60 orang yang dimana itu dari beberapa daerah yang ada di sumatera utara. Serta menjadi target kami untuk bisa menjangkau lebih banyak orang untuk bergabung ke dalam <i>north sumatera beatbox</i> "	15 detik
08.		<i>scene</i> tetap berlanjut dari cuplikan-cuplikan anggota <i>north sumatera beatbox</i>	"dari anggota <i>north sumatera beatbox</i> masing-masing dari mereka memiliki ciri khas sendiri dalam <i>beatbox</i> . ada yang mahir dalam <i>flow</i> musikalitas nya, ada yang mahir dalam teknik <i>fast beat</i> , dan masih banyak lagi"	10 detik
09.		<i>Scene</i> kembali memunculkan narasumber	"selain dari bakat yang dimiliki anggota <i>north sumatera beatbox</i> , komunitas ini juga punya kegiatan latihan yang diadakan setiap hari jumat jam 15.00 sore bertempat di coffee shop angry mama daerah helvetia medan. disini kami berkumpul untuk latihan, <i>sharing</i> , dan juga ada <i>fun battle</i> untuk bisa meningkatkan <i>skill beatbox</i> dari anggota"	30 detik

10.		scene berganti menjadi foto-foto dokumentasi kegiatan <i>north sumatera beatbox</i>	"selain kegiatan latihan tersebut. <i>north sumatera beatbox</i> juga melakukan kegiatan <i>gathering</i> atau <i>beatbox battle</i> . kami juga pernah membuat event tekejoed beatbox battle dari vol. 1 sampai vol. 3. <i>battle</i> ini kami lakukan secara resmi yg dimana juara 1 mendapatkan <i>fresh money</i> dan piala"	25 detik
11.		scene berganti menjadi video-video dokumentasi kegiatan <i>north sumatera beatbox</i>	"sebenarnya tujuan dari <i>beatbox battle</i> yang dibuat adalah untuk meningkatkan skill dan mental dari setiap anggota, jadi ketika mereka bertanding di luar medan setidaknya mereka sudah punya pengalaman dari <i>north sumatera beatbox</i> "	10 detik
12.		Pada saat suara dari tokoh utama menjelaskan prestasi yg didapat oleh beberapa anggota <i>north sumatera beatbox</i>	"seiring dengan berkembangnya anggota nsb, beberapa anggota sudah pernah mengikuti <i>battle</i> diluar medan di dalam event event besar tingkat nasional"	5 detik
13.		scene berpindah ke video-video anggota <i>north sumatera beatbox</i>	"seperti ibnu di posisi 3 di event <i>flavs beatbox battle</i> di kota jakarta, ajhir di posisi top 8 di event tangerang <i>beatbox battle 2022</i> , gos posisi 1 <i>wbxc online beatbox showcase 2020</i> "	15 detik
14.		scene berpindah ke video anggota <i>north sumatera beatbox</i> yang bernama GOS	"selain itu GOS juga pernah masuk ke youtube <i>beatbox</i> terbesar di dunia yaitu <i>swissbeatbox</i> , dia mendapatkan kesempatan untuk bisa mempresentasikan <i>beatbox</i> nya. dan itu menjadi suatu kebanggaan bagi kami di dalam komunitas <i>north sumatera beatbox</i> ."	15 detik

15.		scene berlanjut ke video <i>beatbox</i> GOS	*suara musik <i>beatbox</i> *	10 detik
16.		scene kembali memunculkan narasumber untuk memberikan closing statement	"jadi bisa dibilang dalam nsb ini kami sudah seperti rumah bagi kami <i>beatboxer</i> dikomunitas ini yang dimana disini kami bisa menambah relasi, menambah ilmu. bagi teman-teman diluar sana yang ingin bergabung bisa lanjut kunjungi instagram kita di @northsumaterabeatbox atau juga bisa langsung datang di helvetia <i>cafe angry mama</i> setiap jumat pukul 15.00 sore. Sekian dari saya we are <i>north sumatera beatbox</i> "	30 detik
17.		scene penutup dengan memunculkan kembali logo <i>north sumatera beatbox</i>	* <i>backsound</i> penutup scene*	5 detik

2) Media Utama

Media utama pada perancangan ini adalah sebuah video profil North Sumatera Beatbox dan berikut adalah scene dari media utama

Tabel 3. Scene Media Utama
(Sumber : Denis Jefry Marpaung, 2023)

 Scene 1	 Scene 2
 Scene 3	 Scene 4

 Scene 5	 Scene 6
 Scene 7	 Scene 8
 Scene 9	 Scene 10
 Scene 11	 Scene 12
 Scene 13	 Scene 14
 Scene 15	 Scene 16
 Scene 17	

3) Media Pendukung



Gambar 2. Photobooth Perancangan Video Profil North Sumatera Beatbox
(Sumber : Dokumentasi UPU Art EXPO 5.0, 2023)

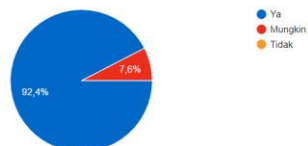
- a. Kaos
- b. X-Banner
- c. Gantungan Kunci
- d. Stiker
- e. DVD-R
- f. Topi
- g. Buku Panduan
- h. Infografis

4) Pembahasan

Dalam metode ini penulis melakukan pengukuran atas karya yang dirancang dengan menggunakan kuesioner. Dalam hasil kuesioner ini terdapat 66 responden yang merespon pada saat pameran karya. Adapun data dari kuesioner yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut.

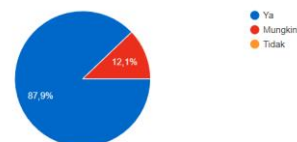
Apakah anda yakin bahwa dengan promosi melalui video profil komunitas North Sumatera Beatbox dapat dikenal lebih lagi oleh banyak orang?

66 jawaban

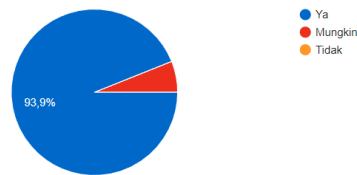


Apakah anda yakin promosi yang dilakukan melalui video profil dapat menarik minat orang lain untuk bergabung dalam komunitas Sumatera Beatbox?

66 jawaban



Apakah anda yakin bahwa promosi yang dilakukan dengan video profil ini efektif dalam menarik minat orang - orang?
66 jawaban



Gambar 3. Data Kuesioner dari responden pengujung
(Sumber : Denis Jefry Marpaung, 2023)

Hasil data kuesioner diatas menunjukkan bahwa 92,4% yakin dan setuju bahwa lewat video profil ini komunitas *North Sumatera Beatbox* dapat dikenal oleh banyak orang. Dari data 87,9% memberikan setuju atau yakin bahwa promosi yang dilakukan dengan media video profil ini mampu menarik minat orang lain untuk bergabung kedalam komunitas *North Sumatera Beatbox* dan 93,9% yakin jika promosi lewat video profil ini efektif dalam menarik minat masyarakat.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari perancangan ini, penulis menyimpulkan bahwa beatbox merupakan jenis musik yang unik dan *beatbox* bisa menjadi sarana kreatif bagi setiap orang yang memiliki bakat dalam dunia *beatbox*. *North Sumatera Beatbox* sendiri adalah komunitas *beatbox* yang sudah lama dibentuk sejak tahun 2014 dan sangat sedikit orang-orang mengetahui tentang komunitas tersebut. Maka dari itu penulis merancang sebuah video profil untuk *North Sumatera Beatbox* sebagai media promosi genre musik *beatbox* dan video profil tersebut disebarluaskan di sosial media agar dapat diakses oleh semua orang, sehingga ini mampu memperkenalkan kepada orang banyak mengenai musik dan komunitas *beatbox* yang ada di Sumatera Utara dan dapat menarik orang-orang untuk bergabung dan berkembang dalam komunitas *North Sumatera Beatbox*. Dengan demikian, perancangan video profil ini dapat dianggap sebagai bentuk perkembangan komunitas *North Sumatera Beatbox*.

Adapun kekurangan dari perancangan video profil ini sehingga saran penulis kepada peneliti selanjutnya untuk bisa mempersiapkan tim produksi yang baik seperti produser, sutradara, penata kamera, penata suara, dan penuli naskah, serta memiliki waktu produksi video yang lebih lama sehingga proses produksi dan hasil video dapat lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan yang Maha Kuasa. Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Universitas Potensi Utama yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini dan terkhusus berterima kasih untuk setiap rekan-rekan dari komunitas *North Sumatera Beatbox* yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Vincent,B.T.B (2007). Videografi dan Sinematografi Praktis, Jakarta
- [2] Wahana Komputer (2008). Video Editing dan Video Production, Jakarta

- [3] Estiana,R, Nurul,G.K,& Teddy,S. (2022) Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM, Jakarta
- [4] Jubilee,E (2019). Belajar Sendiri Adobe Premier CC 2019, Jakarta
- [5] Eko,D (2017). Dasar-dasar Pengoperasian Kamera, UNISNU PRESS
- [6] Lupitasari & Erlin,A (2013). Jurnal Pembuatan Video Company Profil Agrowisata Sondokoro Tasikmadu Karanganyar, Solo
- [7] Dony,N (2021). Pengolahan Suara Menggunakan Adobe Audition, Jawa Tengah
- [8] Surianto,R (2008). Layout Dasar dan Penerapannya, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [9] Sudaryanto & Sabjan,B (2022). Ketechnikan Videografi Membuat Film Pendek dan Video Iklan, Jakarta
- [10] Hansen,D (2022). Jurnal Musik Rap Sebagai Budaya Hip Hop di Mata Generasi Milenial, E-Jurnal Universitas Tarumanegara
- [11] Selamat,H & Siwarno, J. (2023) Jurnal Publikasi Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi, Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual
- [12] Renanda, D.O., Suryanti & Rokhani, U. (2017) Jurnal Eksplorasi Organ Vokal dan Proses Latihan Beatbox pada Komunitas Beatboxing of Jogja di Taman Budaya Jogjakarta
- [13] Bonneel, *Example-Based Video Color Grading. Journal ACM Transactions on Graphics, Harvard University, 2013*
- [14] Suyanto,M (2004). Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran, Yogyakarta
- [15] Danang, R. (2018). Pembuatan Video Company Profil Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi pada PT.Daiichi Elevator Indonesia, Technomedia Journal