MENGGALI EDUKASI BENDA PUSAKA DI MUSEUM GEUSAN ULUN MELALUI FILM DOKUMENTER DENGAN DUKUNGAN UTAMA DARI LUMIX

EXPLORE EDUCATIONAL HEIRITIES AT THE GEUSAN ULUN MUSEUM THROUGH DOCUMENTARY FILM WITH THE MAIN SUPPORT FROM LUMIX

Daniel Jeshan[1], Sonson Nurusholih[2], Aisyi Syafikarani[3]
[1,2,3] *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
danieljeshan@student.telkomuniversity.ac.id, sonson@telkomuniversity.ac.id, aisyisyafikarani@telkomuniversity.ac.id.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye produk LUMIX di Museum Geusan Ulun Sumedang dalam meningkatkan pendidikan pengetahuan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye produk LUMIX yang melibatkan film dan edukasi tentang penggunaan kamera LUMIX mampu meningkatkan minat dan pengetahuan pengunjung mengenai fotografi dan teknologi kamera. Dalam wawancara, pengunjung museum menyatakan manfaat yang mereka peroleh dari kampanye CSR LUMIX, dimana kampanye ini memberikan pengetahuan yang berharga dan motivasi untuk belajar lebih banyak. Temuan penelitian ini memberikan rekomendasi kepada Museum Geusan Ulun Sumedang dan perusahaan lain yang ingin meningkatkan pendidikan pengetahuan di museum melalui film dokumenter. Dalam hal ini, desain kampanye CSR yang interaktif dan edukatif dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan minat dan pengetahuan pengunjung museum, serta dapat memberikan pengalaman yang berkesan dan memotivasi pengunjung untuk lebih aktif dalam belajar.

Kata Kunci: Film, Kamera, Museum, Pengetahuan , Teknologi.

Abstract: *This research aims to evaluate the effectiveness of the LUMIX product at the Geusan Ulun Sumedang Museum in enhancing educational knowledge. The research method employed was qualitative research, utilizing data collection through interviews, questionnaires, and observations. The results of the study indicate that the LUMIX product, which involves films and education on the use of LUMIX cameras, is able to increase visitors' interest and knowledge in photography and camera technology. In interviews, museum visitors expressed the benefits they gained from the LUMIX CSR campaign, as it provided valuable knowledge and motivation to learn more. The findings of this research provide recommendations to the Geusan Ulun Sumedang Museum and other companies aiming to enhance knowledge education in museums through CSR*

campaigns. In this regard, an interactive and educational design for the CSR campaign can serve as an effective solution to boost visitors' interest and knowledge in the museum, while providing a memorable experience and motivating visitors to actively engage in learning..

Keywords: *Film, Camera, Museum, Knowledge, Technology.*

PENDAHULUAN

Museum Geusan Ulun Sumedang merupakan salah satu institusi penting yang mengusung misi untuk menjaga, melestarikan, dan mempromosikan sejarah serta budaya masyarakat Sumedang. Museum ini terletak di Sumedang, Jawa Barat, dan memiliki berbagai koleksi yang kaya dan beragam, seperti alat musik tradisional, pakaian adat, senjata tradisional, serta berbagai artefak sejarah yang memiliki nilai historis yang tinggi. Selain itu, museum ini juga sering menjadi tempat yang digunakan untuk melaksanakan acara budaya dan pameran seni, dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan budaya Sumedang kepada masyarakat luas.

Meskipun memiliki peran yang signifikan dalam melestarikan warisan budaya dan sejarah, museum Geusan Ulun perlu meningkatkan promosi dan pengalaman pengunjung agar dapat menarik minat dan kunjungan yang lebih besar. Oleh karena itu, sebagai langkah strategis untuk menghadapi tantangan ini, penulis berpendapat bahwa menggabungkan teknologi dengan konsep tradisional dapat menjadi solusi yang efektif. Dalam konteks ini, beberapa museum di negara lain, seperti Jepang, Amerika Serikat, dan Korea Selatan, telah berhasil mengadopsi pendekatan ini dan menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan interaktif bagi pengunjung.

Dalam upaya meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengunjung, penulis merencanakan untuk meluncurkan film pendek dengan konsep pengalaman virtual tour yang memungkinkan pengunjung untuk menjelajahi museum Geusan Ulun. Dengan adanya teknologi ini, pengunjung dapat merasakan sensasi yang nyata meskipun secara online, seolah-olah mereka benar-benar berada di dalam museum agar tertarik menungjungi museum tersebut secara fisik. Selain itu,

penulis juga merencanakan untuk melaksanakan kampanye edukasi melalui media sosial dan platform online guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya melestarikan warisan budaya dan sejarah yang tercermin dalam koleksi museum ini.

Pentingnya meningkatkan brand awareness tidak dapat diabaikan dalam upaya mempromosikan museum Geusan Ulun. Oleh karena itu, penulis menyarankan pemanfaatan teknologi Lumix sebagai salah satu strategi untuk menarik perhatian publik yang lebih luas. Teknologi ini dapat digunakan untuk menciptakan konten visual yang menarik, memukau, dan memicu minat masyarakat dalam mengunjungi museum. Dengan memanfaatkan teknologi Lumix, museum Geusan Ulun memiliki kesempatan untuk menarik lebih banyak perhatian, sekaligus memperluas jangkauan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat.

Melalui implementasi strategi-strategi yang diuraikan di atas, penulis optimis bahwa museum Geusan Ulun Sumedang akan dapat mengundang minat dan antusiasme yang lebih besar dari masyarakat. Dengan menyajikan pengalaman yang lebih interaktif, menggugah rasa ingin tahu, dan menciptakan brand awareness yang kuat, museum ini dapat menjadi destinasi wisata budaya yang diminati oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Selain itu, peran museum Geusan Ulun sebagai lembaga yang melestarikan dan mempromosikan warisan budaya dan sejarah masyarakat Sumedang akan semakin terasa signifikan dan berdampak positif bagi pembangunan budaya dan pariwisata di daerah tersebut.

TEORI-TEORI DASAR PERANCANGAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data eksternal diperoleh melalui penggunaan data cross section yang melibatkan metode kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Penulis menggunakan model AISAS dalam analisis data, yang merupakan proses yang melibatkan perhatian terhadap produk, layanan, atau iklan (Attention),

menimbulkan ketertarikan (Interest), keinginan untuk mencari informasi (Search), pengambilan keputusan (Action), dan berbagi pengalaman dengan orang lain (Sharing) (Sugiyama & Andree, 2011: 51, 79). Selain itu, metode AOI digunakan untuk mendekati target audiens dengan memahami aktivitas, opini, dan ketertarikan mereka (Moriarty et al., 2011: 179).

Teori kampanye periklanan, yang dikemukakan oleh Philip Kotler, seorang pakar pemasaran, digunakan dalam penelitian ini. Teori Hierarki Efek Komunikasi menjelaskan tahapan-tahapan yang harus dilalui konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk (Kotler, 2003). Selain itu, penulis juga menggunakan teori Desain Komunikasi Visual untuk menginformasikan, mempersuasi, dan mempengaruhi perilaku target audiens sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Anggraini & Nathalia, 2014: 15). Teori media juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana ide, gagasan, dan pesan dapat disampaikan melalui media (Ilhamsyah, 2021: 108).Dalam kontes pemasaran, Menurut penelitian dari (Nurusholih, S.& Dewi, A. (2019) Pemasaran merupakan suatu sistem sosial yang melibatkan individu atau kelompok dalam mendapatkan produk yang dibutuhkan melalui proses penawaran, produksi, atau pembaruan produk dengan nilai yang setara dengan orang lain.(Kotler dan Keller, 2009:6) Dalam konteks penelitian ini, teori semiotika dalam film digunakan untuk menganalisis bagaimana tanda-tanda visual dalam film digunakan untuk menyampaikan pesan dan emosi kepada penonton (Brown, 2012).

Selanjutnya, penulis memperkuat konsep Desain Komunikasi Visual dengan teori copywriting sebagai bagian dari strategi pesan. Copywriting memiliki fungsi untuk menarik perhatian dan menghubungkan visual seperti ilustrasi atau fotografi dengan pesan yang akan disampaikan. Teks/copy sebuah iklan harus dibuat sederhana, ringkas, tegas, dan fokus pada selling point produk yang diiklankan (Ilhamsyah, 2021: 227-228). Selain itu, teori warna digunakan untuk visualisasi dalam film. Menurut Dharsono (2007), warna memainkan peran penting dalam tiga aspek utama dalam dunia kesenian. Warna memiliki keberadaan sebagai warna itu sendiri dan memancarkan keindahan visual yang

memberikan pengalaman estetis yang memikat. Warna juga dapat merepresentasikan keberagaman dan keindahan alam dalam lingkungan sekitar. Selain itu, warna berperan sebagai tanda, lambang, dan simbol yang mengandung makna dan pesan untuk mengkomunikasikan ide, perasaan, dan konsep secara visual (Lingga Agung, 2017).

Untuk memperkuat konsep rancangan, penulis juga memasukkan teori realisme dalam film. Teori ini menyatakan bahwa tujuan utama film adalah menciptakan pengalaman yang seolah-olah terjadi dalam dunia nyata. Film berusaha untuk merepresentasikan kehidupan sehari-hari dengan sebaik mungkin baik dalam hal visual maupun naratif (Smith, 2010).

HASIL DAN MEDIA PERANCANGAN

Dalam perancangan kampanye ini, target utama adalah para anak muda dan mahasiswa berusia 19-25 tahun yang tinggal di Kabupaten Sumedang, dengan tingkat pendapatan rata-rata atau SES AB. Melalui observasi dan pencarian data, hasil wawancara menunjukkan bahwa dari data wawancara dan kuisioner yang diperoleh, 92% responden menunjukkan minat dalam promosi melalui film dokumenter dengan konsep virtual tour. Tujuan utama dari kampanye ini adalah mempersuasi target audiens agar lebih tertarik untuk mengunjungi museum dan mempelajari sejarah. Oleh karena itu, perancangan film pendek menggunakan *tone* yang gelap dan unsur *cinematik* untuk menciptakan daya tarik yang lebih kuat dan dalam merasakan pengalaman yang mendalam dalam film tersebut.

Salah satu elemen penting dalam perancangan kampanye ini adalah *tagline* "*A Heritage of a Kingdo*m", yang menjadi penjelasan tujuan utama kampanye. Pesan yang ingin disampaikan melalui tagline ini adalah pentingnya melestarikan kebudayaan dan sejarah kerajaan Sumedang. Pendekatan yang digunakan dalam perancangan kampanye ini mencakup pendekatan rasional dan emosional. Melalui pendekatan rasional, kampanye ini akan memberikan informasi yang akurat dan fakta yang mendukung tentang nilai-nilai budaya dan sejarah yang terkandung dalam Museum Prabu Geusan Ulun. Sementara itu,

pendekatan emosional akan digunakan untuk menggugah perasaan dan mengaitkan emosi target audiens dengan warisan budaya yang ada. Dengan demikian, diharapkan target audiens akan merasa terhubung secara emosional dan tergerak untuk mengetahui lebih lanjut serta berpartisipasi dalam melestarikan warisan budaya dan sejarah yang dimiliki oleh Museum Prabu Geusan Ulun.

Hasil Perancangan.

Berdasarkan metode, yang didukung data, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Konsep Perancangan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, strategi promosi yang dirancang bertujuan untuk memperkenalkan Museum Prabu Geusan Ulun, mengungkapkan kelebihan dan keunikan yang dimilikinya, serta meningkatkan kesadaran dan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan mengatasi tantangan dalam industri pariwisata.

Teori pertama yang digunakan adalah teori realisme dalam film yang menekankan pentingnya representasi dunia nyata dengan sebaik-baiknya (Smith, 2010). Teori kedua adalah teori media yang mengungkapkan bahwa media memiliki kemampuan untuk menyampaikan ide, gagasan, dan pesan (Ilhamsyah, 2021: 108). Sementara itu, teori ketiga yang digunakan adalah teori semiotika dalam film, yang membahas bagaimana tanda-tanda visual dalam film digunakan untuk menyampaikan pesan dan emosi kepada penonton (Brown, 2012).

Konsep perancangan pesan promosi didasarkan pada analisis matriks SWOT yang menggabungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Museum Prabu Geusan Ulun. Dengan memanfaatkan keunikan dan kelebihan museum sebagai tempat wisata sejarah kerajaan dan kebudayaan Sumedang, pesan promosi akan difokuskan pada pembingkaian museum sebagai destinasi wisata yang berbeda dan mampu bersaing dengan tujuan wisata lainnya. Dengan demikian, strategi promosi akan menonjolkan keunikan dan kelebihan museum

sebagai daya tarik utama dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Adapun konsep perancangan media yang diterapkan menggunakan metode AISAS yang dirancang untuk bisa melakukan pendekatan secara lebih efektif kepada target audiens.

Panasonic Lumix memainkan peran yang signifikan sebagai fasilitator dalam pembuatan media yang akan disampaikan melalui film dokumenter Museum Prabu Geusan Ulun. Sebagai seorang fasilitator, Panasonic Lumix tidak hanya memberikan dukungan teknis dalam hal peralatan dan perangkat keras yang diperlukan untuk pengambilan gambar dan produksi film dokumenter ini, tetapi juga memberikan keahlian dan pengetahuan dalam hal penggunaan kamera dan teknologi fotografi. Melalui kolaborasi ini, Panasonic Lumix dapat meningkatkan kualitas visual dan artistik dari film dokumenter ini, serta memastikan bahwa film tersebut mencerminkan keunggulan teknologi yang dimiliki oleh merek mereka. Selain itu, keikutsertaan Panasonic Lumix sebagai fasilitator juga memberikan manfaat bagi mereka dalam bentuk promosi merek dan eksposur yang lebih luas, karena film dokumenter ini akan diperlihatkan di berbagai platform dan festival film yang memiliki jangkauan yang luas. Secara keseluruhan, kehadiran Panasonic Lumix sebagai fasilitator dalam pembuatan media yang akan disampaikan melalui film dokumenter Museum Prabu Geusan Ulun tidak hanya memperkaya proses produksi film tersebut, tetapi juga memberikan sinergi positif antara industri teknologi dan industri film.

Tabel 1. 1 Tabel Model AISAS

Metode	Strategi Visual	Strategi Komunikasi	Strategi Media
Attention	Untuk mempromosikan perilisan film, strategi promosi yang akan digunakan adalah pemasangan billboard dan	Awareness	Public Space.akan ditempatkan di persimpangan jalan kabupaten Sumedang dan perilisan poster

	peluncuran poster digital yang berisi informasi mengenai perilisan film tersebut. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran audiens mengenai film yang akan dirilis.		digital melalui social media
Interest	Dalam upaya untuk mencapai khalayak yang lebih luas dan memperluas promosi melalui berbagai media sosial, trailer film akan dirilis. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas kampanye promosi.	Persusasif & informatif	Sosial media, & cetak. Poster digital akan diiklankan di sosial media seperti Facebook, Instagram
Search	Menyebarkan dan mempromosikan film dokumenter konsep virtual tour Museum Geusan Ulun Sumedang melalui Podcast dan media sosial dan menggunakan konsep SEO (Search Engine Optimization) untuk memastikan informasi tentang Museum Geusan Ulun Sumedang dapat	Awareness ,Persusasif	Sosial media. Instagram dan platform Spotify menjadi sosial media utama dalam melakukan promosi.

	dengan mudah ditemukan oleh target audience..		
Action	Merilis film dokumenter konsep virtual tour Museum Geusan Ulun Sumedang yang menggabungkan keindahan visual dan sejarah museum dengan menarik, dengan tujuan memberikan informasi yang menarik dan memikat bagi target audience.	Awareness, informatif	Lokasi tempat wisata dan melakukan screening film bersama komunitas film dan komunitas kebudayaan yang ada di kabupaten Sumedang dan Kota Bandung
Share	Mendorong target audience untuk membagikan film dokumenter konsep virtual tour Museum Geusan Ulun Sumedang di media sosial mereka Menggunakan konsep UGC (User Generated Content) dengan meminta target audience untuk	*Sharing*	Melakukan Screening di skala nasional dengan memasarkan merchandise dan mengsubmit film dokumenter ke beberapa festival film agar lebih banyak yang mengetahui tentang produk yang dipasarkan

	membagikan pengalaman mereka saat mengunjungi Museum Geusan Ulun Sumedang di media sosial dengan hashtag yang telah ditentukan .		

(Sumber: Dokumen pribadi 2023)

Metode	Strategi Visual	Strategi Komunikasi	Strategi Media	September								October	
				W1			W2		W3		W4		W1	
Attention	Billboard	Awareness	Public Space										
Interest	Trailer Film	Persuasif	Media Sosial										
Search	Podcast	Informatif	Media Sosial										
Action	Merchandise dan poster Digital	Awareness	Tempat Screening dan Lokasi Tempat Wisata										
Share	Film Dokumenter	Sharing	Tempat Screening										

Tabel 1.2 Tabel Model Timeline
(Sumber: Dokumen pribadi 2023)

Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan ini akan disesuaikan dengan karakteristik yang unik dari Museum Prabu Geusan Ulun. Dalam mengadopsi gaya sinematik, upaya akan dilakukan untuk menciptakan efek dramatis yang mampu menarik perhatian penonton dengan cara yang lebih menarik dan mengesankan. Dalam melakukannya, elemen-elemen visual seperti pencahayaan yang dramatis, komposisi yang dinamis, dan penggunaan angle kamera yang tepat akan dimanfaatkan untuk menciptakan pengalaman yang memukau dan memikat. Selain itu, tekstur dan warna yang dipilih akan diperhatikan secara cermat untuk mencerminkan aura dan suasana yang khas dari museum ini. Semua elemen visual ini akan dirancang dengan penuh perhatian terhadap detail dan konsistensi, dengan tujuan untuk menghadirkan pengalaman visual yang mengesankan dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan tentang Museum Prabu Geusan Ulun.

Palet Warna

Penggunaan palet warna coklat dan tone gelap memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan suasana yang menggambarkan sejarah, kehangatan, dan misteri. Palet warna coklat dipilih karena memiliki makna yang erat kaitannya dengan warisan budaya yang ingin disampaikan dalam film ini. Warna coklat tidak hanya menggambarkan kekayaan budaya, tetapi juga menghadirkan rasa kehangatan yang mengundang empati dari penonton. Sementara itu, tone gelap digunakan untuk memberikan kontras yang kuat dan menekankan elemen-elemen penting dalam film. Kombinasi antara warna coklat dan tone gelap ini menciptakan atmosfer yang kohesif dan menarik, sehingga meningkatkan daya tarik dan keterlibatan penonton dalam menyaksikan film dokumenter ini.

Palet warna coklat dan tone gelap juga memberikan dampak psikologis yang kuat pada penonton dalam konteks film dokumenter museum ini. Warna coklat, sebagai simbol warisan budaya, menciptakan rasa kekaguman dan keterhubungan emosional antara penonton dengan narasi dan konteks sejarah yang dihadirkan. Dalam hal ini, palet warna coklat dapat memperdalam pengalaman penonton dengan museum dan mendorong mereka untuk lebih terlibat dengan informasi yang disampaikan. Di sisi lain, tone gelap memberikan efek misterius yang menarik, mengundang rasa ingin tahu penonton untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai apa yang ingin disampaikan oleh film ini. Kombinasi harmonis antara warna coklat dan tone gelap ini membangun atmosfer visual yang menarik dan memberikan kesan yang tak terlupakan bagi penonton, memperkaya pengalaman mereka dengan museum dan sejarah yang dikupas dalam film dokumenter ini.



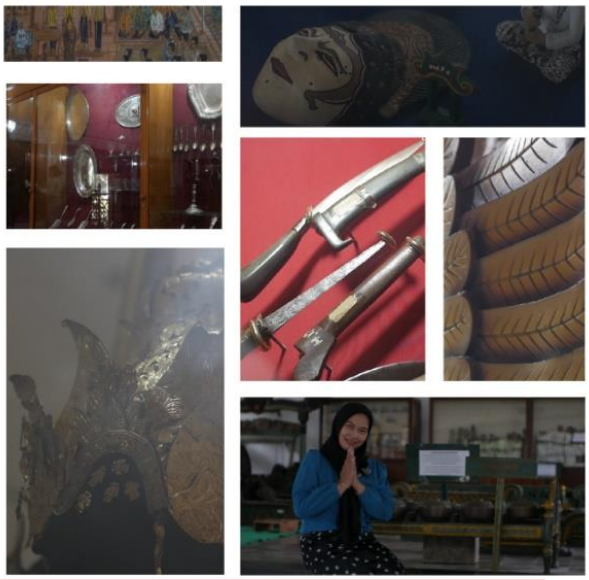
Gambar 3.1.1 Warna
(Sumber: Dokumen pribadi 2023)

Moodboard

Moodboard memiliki peran yang sangat penting. Fungsi utama moodboard adalah sebagai alat visualisasi konsep dan suasana yang diinginkan dalam film tersebut. Moodboard menggunakan papan ide atau kolase gambar, warna, dan elemen visual lainnya untuk menciptakan gambaran yang jelas tentang mood, estetika, dan nuansa yang ingin ditampilkan dalam film dokumenter.

Selain itu, moodboard juga berfungsi sebagai alat komunikasi antara pembuat film, produser, dan tim produksi. Dengan menggunakan moodboard, para pembuat film dapat secara efektif menyampaikan visi dan konsep mereka kepada tim produksi, sehingga memudahkan kolaborasi dan pemahaman bersama. Moodboard juga membantu dalam memandu pemilihan estetika visual yang sesuai dengan konsep film dokumenter, termasuk dalam hal gaya sinematik, pencahayaan, desain produksi, dan tata artistik.

Dengan menggunakan moodboard, pembuat film dapat menciptakan kesatuan visual yang konsisten dan kuat dalam film dokumenter. Moodboard membantu dalam menciptakan identitas visual yang jelas dan memperkuat narasi film. Selain itu, moodboard juga membantu dalam memvisualisasikan dan mempresentasikan ide-ide secara lebih jelas dan menarik kepada pihak-pihak terkait, seperti sponsor atau pihak yang terlibat dalam pembiayaan proyek film dokumenter. Dengan demikian, moodboard memiliki peran yang penting dalam pembuatan film dokumenter sebagai alat yang membantu menggambarkan konsep, dan memvisualisasikan ide-ide secara lebih konkret dan persuasif.



Gambar 3.1.1 Moodboard
(Sumber: Dokumen pribadi 2023)

Film Dokumenter

Dalam strategi promosi Museum Prabu Geusan Ulun, film dokumenter memiliki peran yang sangat penting dan efektif dalam memperkenalkan museum kepada audiens. Sebagai medium visual yang kuat, film dokumenter memiliki kemampuan untuk memberikan pengalaman yang mendalam kepada penonton mengenai sejarah, kebudayaan, dan keunikan Museum Prabu Geusan Ulun. Dalam film dokumenter, narasi yang menarik dapat digunakan untuk menggugah emosi penonton, sementara wawancara dengan para ahli dan pengelola museum dapat memberikan penjelasan yang detail tentang koleksi dan maknanya. Hal ini menjadikan film dokumenter sebagai sarana yang potensial untuk mengedukasi, menginspirasi, dan menarik minat pengunjung potensial untuk mengunjungi Museum Prabu Geusan Ulun.

Selain itu, film dokumenter juga memiliki potensi sebagai alat promosi yang efektif melalui penyebaran dan distribusi di berbagai platform digital. Film dokumenter dapat dipublikasikan melalui situs web museum, saluran media sosial, dan platform streaming, sehingga dapat mencapai audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan keberadaan platform digital, museum dapat menjangkau lebih banyak orang dengan membagikan film dokumenter secara online. Melalui strategi distribusi yang tepat, film dokumenter

dapat menarik perhatian pengunjung potensial, memperluas jangkauan promosi museum, dan mendorong orang untuk mengunjungi Museum Prabu Geusan Ulun. Dengan demikian, film dokumenter menjadi salah satu elemen yang krusial dalam promosi museum dan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Dalam film dokumenter yang sedang diproduksi ini, peran penting didukung oleh kehadiran Panasonic Lumix sebagai sponsor utama. Sponsor ini bertanggung jawab dalam mendukung dan memfasilitasi pembuatan media yang akan disampaikan melalui film dokumenter. Melalui keterlibatan Panasonic Lumix, terciptalah sinergi yang memungkinkan penggunaan teknologi kamera yang canggih dan inovatif untuk menghasilkan gambar dan rekaman yang berkualitas tinggi. Dengan dukungan sponsor ini, tim produksi dapat memperoleh akses ke peralatan yang mutakhir dan sumber daya yang diperlukan untuk menghasilkan karya film dokumenter yang mengesankan dan informatif.



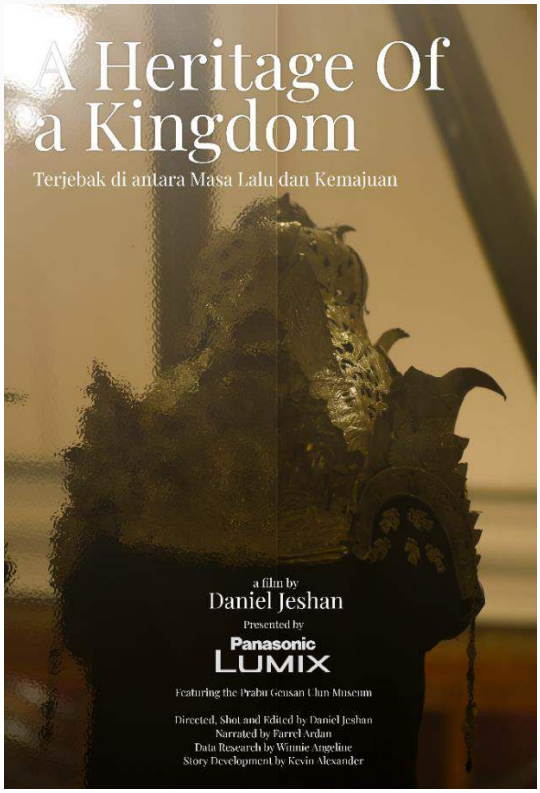
Gambar 3.2.1 Cuplikan Film
Sumber : dokumentasi pribadi (2023)

Poster Film

Dalam upaya promosi film, poster film memiliki peran yang sangat penting sebagai alat visual yang kuat untuk menarik perhatian dan memikat audiens potensial, serta membangun brand awareness dari Museum Prabu Geusan Ulun. Poster film berfungsi sebagai sarana pertama untuk mengkomunikasikan tema, genre, dan pesan utama film kepada publik. Dengan desain yang menarik dan

kreatif, poster film dapat menciptakan minat dan rasa ingin tahu yang tinggi, mendorong orang untuk menonton film tersebut. Selain itu, poster film juga dapat mencerminkan identitas visual dan gaya film, membantu membangun citra merek yang kuat dan membedakan film tersebut dari yang lain. Biasanya, poster film dipasang di tempat-tempat strategis seperti bioskop, pusat perbelanjaan, dan tempat umum lainnya untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

Dalam era digital, poster film juga dapat dimanfaatkan sebagai materi promosi di media sosial, situs web, dan aplikasi streaming guna menarik perhatian dan memperluas jangkauan promosi film.Dengan demikian, poster film menjadi salah satu alat penting dalam kampanye promosi film yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik minat audiens, dan mencapai keberhasilan komersial yang lebih baik. Dalam konteks Museum Prabu Geusan Ulun, poster film memiliki peran strategis dalam memperkenalkan museum kepada khalayak yang lebih luas dan membangun citra merek yang kuat sebagai destinasi wisata yang menarik dan edukatif tentang kebudayaan dan sejarah kerajaan Sumedang.



Gambar 3.2.2 Poster Film
Sumber : dokumentasi pribadi (2023)

Billboard

Billboard memiliki peran yang sangat penting sebagai media luar ruangan yang besar dan terletak di lokasi strategis. Billboard memiliki potensi besar untuk menarik perhatian khalayak luas dan menjadi sarana visual yang efektif dalam menampilkan cuplikan adegan menarik, poster film, dan informasi penting seperti judul film, tanggal rilis, dan nama pemeran utama.

Sebagai bentuk promosi yang mencolok dan mudah dilihat oleh banyak orang, billboard mampu menciptakan kehadiran yang kuat dan meningkatkan kesadaran merek dari film yang dipromosikan. Dengan desain yang menarik dan informasi yang relevan, billboard dapat menarik minat penonton potensial dan mengundang mereka untuk menonton film tersebut.

Selain itu, keunggulan billboard juga terletak pada kemampuannya untuk menjangkau target pasar yang luas. Billboard yang ditempatkan di tempat-tempat strategis seperti persimpangan jalan utama, pusat kota, atau daerah dengan lalu lintas tinggi, dapat mencapai audiens yang beragam dan berpotensi untuk menjadi penonton film tersebut.

Dalam era digital, billboard juga dapat diintegrasikan dengan teknologi interaktif, seperti QR code atau NFC (Near Field Communication), yang memungkinkan penonton untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang film melalui smartphone mereka. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan penonton dan memberikan pengalaman interaktif yang unik dalam promosi film.

Dengan demikian, penggunaan billboard dalam promosi film memiliki potensi besar untuk menciptakan dampak visual yang kuat, menarik minat penonton, dan meningkatkan keberhasilan komersial film tersebut. Dalam konteks Museum Prabu Geusan Ulun, billboard juga dapat digunakan sebagai alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan museum kepada masyarakat luas, menginformasikan lokasi dan daya tarik unik dari museum tersebut, serta meningkatkan kunjungan wisatawan yang ingin mengeksplorasi dan mempelajari kebudayaan dan sejarah kerajaan Sumedang yang ditawarkan oleh Museum Prabu Geusan Ulun.



Gambar 3.2.3 Billboard
Sumber : dokumentasi pribadi (2023)

Podcast

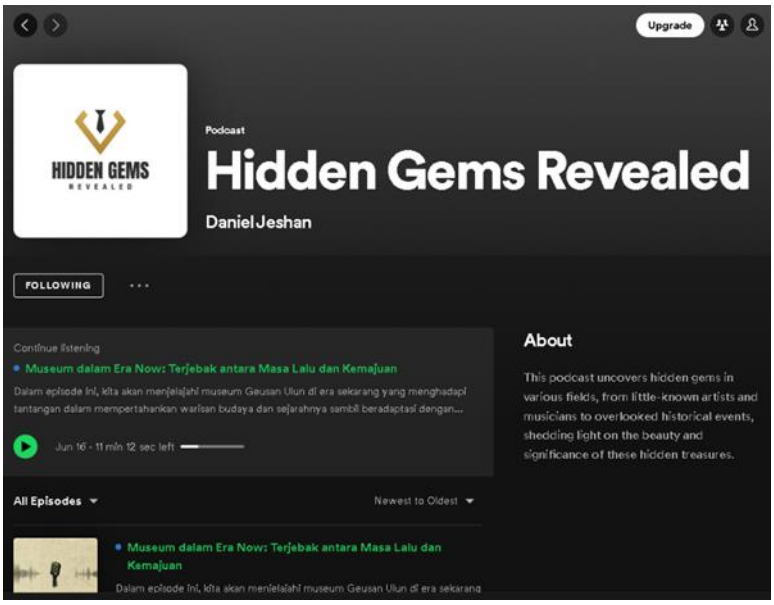
Podcast memainkan peran penting dalam strategi promosi film. Sebagai platform audio yang populer, podcast memberikan kesempatan bagi produsen film untuk menyampaikan konten yang relevan dan menarik kepada pendengar potensial. Melalui podcast, produsen film dapat melakukan wawancara dengan para pemeran atau pembuat film, membahas proses produksi, dan memberikan cuplikan atau review film. Podcast memungkinkan produsen film untuk menciptakan hubungan yang lebih intim dengan audiens, dengan suara dan narasi yang dapat menginspirasi mereka untuk menonton film tersebut.

Podcast juga memberikan kesempatan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang cerita dan kualitas produksi film. Para produser film dapat berbagi fakta menarik, informasi di balik layar, dan pandangan mereka tentang film tersebut melalui wawancara yang lebih mendalam. Hal ini dapat meningkatkan minat dan keingintahuan penonton potensial, serta membantu membangun ekspektasi dan antusiasme terhadap film yang akan datang.

Selain itu, podcast dapat menjadi alat yang efektif dalam memperluas

jangkauan promosi film. Dengan tersedianya berbagai platform podcast yang populer dan akses yang mudah bagi pendengar, produsen film dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui konten podcast mereka. Melalui promosi dan distribusi podcast di berbagai saluran seperti Spotify, Apple Podcasts, atau platform podcast lainnya, produsen film dapat memperluas basis pendengar dan menarik minat lebih banyak orang untuk menonton film tersebut.

Dengan demikian, penggunaan podcast sebagai alat promosi film memberikan manfaat yang signifikan. Dalam era digital yang terus berkembang, podcast telah membuka peluang baru bagi produsen film untuk menyampaikan pesan, membangun hubungan dengan audiens, dan memperluas jangkauan promosi film. Dengan strategi yang tepat, podcast dapat menjadi salah satu elemen penting dalam kampanye promosi yang sukses, meningkatkan minat dan partisipasi penonton potensial dalam menonton film-film tersebut.



Gambar 3.2.4 *Podcast*
Sumber : dokumentasi pribadi (2023)

Merchandise

Merchandise memegang peran penting sebagai alat pemasaran yang efektif. Melalui merchandise seperti totebag, sticker, gantungan kunci, dan barang-barang terkait lainnya, produsen film dapat memanfaatkannya sebagai sarana untuk memperluas dan mempertahankan basis penggemar.Merchandise

film tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga menciptakan hubungan emosional dengan penggemar. Dengan memiliki merchandise film, penggemar dapat menunjukkan dukungan dan kecintaan mereka terhadap film yang mereka sukai. Penggunaan merchandise sebagai bentuk penghargaan dan dukungan memberikan nilai tambah bagi penggemar, dan dapat memperkuat ikatan mereka dengan film tersebut.

Selain itu, merchandise film juga dapat digunakan sebagai hadiah atau hadiah promosi dalam berbagai kegiatan dan acara terkait dengan film. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan penggemar, tetapi juga membantu memperluas jangkauan promosi film ke lebih banyak orang.Dengan memanfaatkan merchandise sebagai strategi promosi, produsen film dapat membangun komunitas penggemar yang kuat dan loyal, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada kesuksesan komersial film tersebut.



Gambar 3.2.5 Merchandise
Sumber : dokumentasi pribadi (2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Museum Prabu Geusan Ulun yang terletak di Kabupaten Sumedang merupakan sebuah destinasi wisata yang menawarkan pengalaman edukasi yang kaya tentang kebudayaan dan sejarah kerajaan Sumedang. Salah satu daya tarik utama dari museum ini adalah enam ruangan yang berbeda, yang menampilkan berbagai koleksi perlengkapan dan artefak kerajaan yang terjaga dengan baik dari masa kerajaan tersebut. Namun, terdapat penurunan jumlah kunjungan yang signifikan

dikarenakan kurangnya kesadaran akan merek museum ini di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, dalam rangka mengatasi permasalahan ini, telah dirancang strategi promosi yang melibatkan berbagai jenis media, termasuk produksi film dokumenter yang menarik. Selain itu, berbagai media promosi lainnya seperti billboard, poster film, podcast, dan merchandise juga telah dirancang dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dari museum ini dan menarik perhatian dari kalangan anak muda, mahasiswa, dan wisatawan untuk berkunjung dan menjelajahi Museum Prabu Geusan Ulun.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan yang berarti dalam penulisan laporan ini, baik dalam bentuk sumbangan materi maupun non-materi. Penulis juga ingin mengapresiasi kesediaan waktu dari responden yang telah mengisi kuesioner dan memberikan waktu untuk diwawancarai, yang telah memberikan kontribusi yang berharga dalam melengkapi data penelitian. Penulis sangat berterima kasih atas informasi yang diberikan, yang telah sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan data penulis. Selain itu, penulis ingin secara khusus menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Sonson Nurusholih S.sn., M.sn dan Ibu Aisyi Syafikarani St., M.ds selaku pembimbing kedua, atas arahan, bimbingan, saran, dan waktu yang berharga yang telah diberikan dalam proses penyusunan laporan ini. Kontribusi beliau telah membantu penulis untuk menghasilkan laporan ini..

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Lia., & Nathalia, Kirana. 2016. *Desain Komunikasi Visual Dasar- Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Brown, R. (2012). *Semiotics in Film: Understanding Visual Language. International Journal of Film Studies*, 25(3), 112-128.

Ilhamsyah. 2021. *Pengantar Strategi Kreatif Adverting Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Kotler, P. (2003). *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. John Wiley & Sons.

Keller, K. (2007,2008,2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi kedua belas jilid 1 ed.). (J. Purba, Penyunt.) PT Indeks

Lingga Agung (pengarang); Ganjar Sudibyo (editor). (2017). *Pengantar sejarah dan konsep estetika* / Lingga Agung ; editor, Ganjar Sudibyo. Yogyakarta :; © 2017 PT Kanisius: Kanisius,.

Moriarty, Sandra, Nancy W. dan William W. 2011. *Advertising Edisi kedelapan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyama, Kotaro dan Tim Andree. 2011. *The Dentsu Way*. USA: McGraw-Hill.

Smith, J. (2010). *Understanding Realism in Film. Journal of Film Studies*, 15(2), 45-62

Daftar Pustaka dari Jurnal :

Nurusholih, S. & Dewi, A. (2019). Perancangan Promosi Tematik Museum Gedung Sate. *Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University*.