

Produksi Iklan Layanan Masyarakat Multimedia “Highlight Video Lantai 2 Museum Sri Baduga”

Dudi Setiadi¹, Idola Perdini Putri²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, dudisetiadi@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, idolaperdiniputri@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Accessibility issues for visitors with disabilities, especially in exploring cultural collections, are an obstacle in delivering inclusive information. This study aims to design a public service announcement video (multimedia) as a solution to improve information accessibility. With a cinematography approach, this video combines smooth shooting techniques, simple narration, and visual effects that are friendly to various groups. The design stages include pre-production, production, and post-production with a focus on visualizing the collection in an attractive and easy-to-understand way. Data collection techniques are carried out through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The video is designed to present cultural collections in an informative and attractive way, so that they can be accessed by groups with disabilities without physical barriers. The result of this work design is an educational video that is able to bridge the information gap between cultural collections and audiences, increase accessibility for visitors with disabilities, and provide an inclusive experience. This work emphasizes the role of visual communication as an effective medium in delivering cultural information innovatively and educationally to the wider community.

Keywords-accessibility, visual communication, sinematografi, public service announcements, multimedia.

Abstrak

Permasalahan aksesibilitas bagi pengunjung disabilitas, terutama dalam mengeksplorasi koleksi budaya, menjadi hambatan dalam penyampaian informasi yang inklusif. Penelitian ini bertujuan merancang video iklan layanan masyarakat (multimedia) sebagai solusi untuk meningkatkan aksesibilitas informasi. Dengan pendekatan sinematografi, video ini menggabungkan teknik pengambilan gambar yang halus, narasi sederhana, dan efek visual yang ramah untuk berbagai kalangan. Tahapan perancangan mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan fokus pada visualisasi koleksi secara menarik dan mudah dipahami. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Video dirancang untuk menyajikan koleksi budaya secara informatif dan menarik, sehingga dapat diakses oleh kelompok disabilitas tanpa hambatan fisik. Hasil dari perancangan karya ini adalah video edukasi yang mampu menjembatani kesenjangan informasi antara koleksi budaya dan audiens, meningkatkan aksesibilitas bagi pengunjung kelompok disabilitas, serta memberikan pengalaman yang inklusif. Karya ini menegaskan peran komunikasi visual sebagai media yang efektif dalam menyampaikan informasi budaya secara inovatif dan edukatif kepada masyarakat luas. Kata Kunci: aksesibilitas, komunikasi visual, iklan layanan masyarakat(multimedia), Museum Sri Baduga.

Kata Kunci-aksesibilitas, komunikasi visual, sinematografi, iklan layanan masyarakat, multimedia.

I. PENDAHULUAN

Digitalisasi dalam dunia pendidikan dan kebudayaan kini semakin berkembang dan memberikan solusi yang inklusif bagi berbagai kalangan masyarakat. Salah satu bentuk digitalisasi yang semakin umum digunakan adalah media video yang dapat menjembatani kesenjangan informasi. Penggunaan video, dengan format audio visual yang menarik dan mudah dipahami, memberikan alternatif yang lebih baik dibandingkan metode komunikasi konvensional. Video sebagai media komunikasi visual memungkinkan penyampaian informasi yang lebih langsung dan interaktif, membuatnya lebih efektif dalam menarik perhatian pengunjung, termasuk mereka yang mengalami keterbatasan fisik.

Dengan video, informasi yang kompleks dapat disampaikan dengan cara yang sederhana namun tetap informatif, sehingga pengunjung disabilitas dapat mengaksesnya tanpa harus mengandalkan metode yang lebih tradisional. Oleh karena itu, video menjadi pilihan yang tepat untuk menyampaikan informasi di museum, khususnya untuk meningkatkan aksesibilitas bagi pengunjung dengan berbagai kondisi fisik.

Museum Sri Baduga, sebagai salah satu museum sejarah dan budaya terkemuka di Indonesia, memiliki tantangan besar dalam menyediakan pengalaman yang inklusif bagi semua pengunjung. Berdasarkan observasi, pengunjung museum didominasi oleh anak-anak dan remaja, serta pendamping yang sering kali adalah orang tua lanjut usia atau penyandang disabilitas. Banyak pengunjung yang tidak dapat mengakses lantai dua museum karena keterbatasan fisik, yang semakin memperburuk ketimpangan pengalaman pengunjung yang seharusnya bisa menikmati koleksi museum secara menyeluruh. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk menyediakan alternatif aksesibilitas, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi video untuk memperkenalkan koleksi museum. Video highlight yang dirancang khusus ini bertujuan untuk memberikan gambaran singkat dan informatif tentang koleksi yang ada di lantai dua, sehingga pengunjung disabilitas dapat menikmati informasi tersebut tanpa harus naik ke lantai dua secara langsung. Video ini dirancang dengan menggunakan teknik sinematografi yang halus dan narasi yang disesuaikan, agar pengunjung disabilitas dapat mengakses informasi dengan mudah dan menyeluruh, meskipun mereka tidak dapat berada di ruang pameran tersebut secara fisik.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Tinjauan Teori

1. Multimedia

Media merupakan alat saluran komunikasi yang menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima. Menurut Khatimah (2018), media tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga memiliki dampak besar terhadap kehidupan masyarakat secara kognitif, afektif, dan konatif. Dalam konteks perancangan iklan layanan masyarakat (multimedia) ini, pemilihan media yang tepat sangat penting untuk mencapai tujuan komunikasi yang informatif, terutama kepada audiens dengan keterbatasan fisik. Media yang digunakan harus mampu mengatasi kesenjangan informasi, khususnya bagi pengunjung disabilitas yang menghadapi tantangan mobilitas dan penglihatan. Oleh karena itu, multimedia menjadi pilihan yang sangat relevan untuk menyampaikan pesan secara visual dan audio yang lebih mudah dipahami.

2. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan meningkatkan kesadaran audiens terhadap koleksi Museum Sri Baduga. Menurut Kotler dan Keller (2016, dalam Nadya Amalia et al., 2024), iklan ini bertujuan mendidik masyarakat dan mendorong perubahan perilaku positif. Dalam perancangan iklan layanan masyarakat (multimedia). Menurut Kotler dan Keller (2016) Jika komunikasi tidak efektif, mungkin berarti pesan yang salah digunakan atau pesan yang benar namun diekspresikan dengan buruk. penting untuk memilih koleksi yang akan ditampilkan dalam video secara cermat. Pemilihan koleksi yang tepat akan membantu menyampaikan informasi yang edukatif dan relevan kepada audiens. Oleh karena itu, dalam konteks Museum Sri Baduga, koleksi yang ditampilkan harus terkait dengan tema kebudayaan Sunda dan memberikan nilai edukatif yang tinggi. Koleksi artefak sejarah, seni tradisional, dan sejarah agama dapat menjadi pilihan utama yang menarik.

3. Komunikasi Visual

Komunikasi visual memaparkan pentingnya elemen-elemen visual dalam menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dipahami. Menurut Hikmatun Nisa et al. (2022 dalam Darmadi Duriyanto, 2003), aspek visual seperti warna, ukuran, intensitas, kontras, posisi, dan gerakan berfungsi sebagai stimulus yang mempermudah audiens memahami pesan. Dalam konteks iklan layanan masyarakat (multimedia), penggunaan elemen visual yang halus dan kontras yang sesuai akan membantu menyampaikan pesan lebih jelas. Hal ini sangat penting untuk audiens dengan keterbatasan fisik, agar mereka dapat memahami informasi yang disampaikan dengan baik. Pemilihan elemen visual yang tepat dapat memastikan pesan diterima dengan mudah, sehingga audiens disabilitas tidak merasa kesulitan dalam proses komunikasi.

4. Sinematografi

Sinematografi berperan penting dalam menciptakan pengalaman visual yang menarik dan dinamis bagi penonton. Menurut (Sarwo Nugroho, 2014) Sinematografi dapat diartikan sebagai “alat” komunikasi dengan rangkaian gambar bergerak untuk menyampaikan kepada orang lain melalui audio visual. Menurut (Sarwo Nugroho, 2014) kamera angle adalah sudut pandang penonton. Dengan demikian, penempatan kamera menentukan sudut pandang penonton dan wilayah yang dilihat penonton atau oleh kamera. Dengan menentukan sudut pengambilan gambar (angle) yang tepat, sinematografi tidak hanya membantu dalam menyampaikan cerita, tetapi juga menjaga perhatian penonton agar tidak terfokus pada satu titik saja. Seperti yang dijelaskan oleh (Sari dan Abdullah, 2020), Menurut (Joseph V. Mascelli, 1965), pemilihan angle kamera yang tepat dapat mempengaruhi bagaimana penonton merasakan sensasi dari adegan tersebut dengan dramatis. penggunaan berbagai angle dalam pengambilan gambar dapat memberikan kesan yang lebih hidup dan tidak membosankan. Hal ini menjadi sangat penting dalam proses pra-produksi, di mana produser harus merencanakan shot list yang bervariasi untuk menghindari monotonitas.

III. METODE DAN KONSEP

Dalam perancangan karya video highlight lantai 2 Museum Sri Baduga, metode penelitian yang digunakan melibatkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan perspektif dari berbagai pihak, seperti staf museum yang memahami kebutuhan aksesibilitas bagi pengunjung disabilitas. Observasi langsung bertujuan untuk memahami kondisi fisik museum serta interaksi pengunjung, khususnya kelompok disabilitas, guna mengidentifikasi kendala aksesibilitas. Dokumentasi melengkapi metode ini dengan mengkaji materi visual yang sudah ada untuk menemukan kesenjangan yang dapat diperbaiki dalam produksi video. Pendekatan ini memberikan landasan kuat untuk memahami permasalahan dan kebutuhan yang relevan dengan pengunjung disabilitas di Museum Sri Baduga.

Dalam konsep komunikasi, perancangan video ini berfokus pada komunikasi visual yang bertujuan memberikan aksesibilitas informasi kepada kelompok disabilitas. Penulis berperan sebagai produser dan sutradara, merancang video yang mengombinasikan elemen audio-visual dengan pendekatan sinematografi yang ramah dan informatif. Strategi pesan ditekankan pada narasi sederhana yang disampaikan melalui *voice-over* dengan intonasi nyaman dan tone warna yang sesuai untuk audiens disabilitas. Hal ini bertujuan menciptakan pengalaman visual dan audio yang inklusif, memungkinkan audiens menikmati koleksi museum tanpa batasan fisik. Dengan konsep ini, video dapat menjadi media edukasi dan informasi yang efektif. Pada aspek konsep kreatif, judul “*Highlight Video Lantai 2 Museum Sri Baduga*” dipilih untuk mencerminkan tema koleksi lantai 2 yang mencakup sistem religi, sistem pengetahuan, dan sistem sosial. Video ini dirancang untuk mengintegrasikan unsur-unsur budaya Sunda dengan format iklan layanan masyarakat yang ringkas dan menarik. Sinematografi halus digunakan untuk menonjolkan detail koleksi, sementara narasi informatif dan visual yang ramah bertujuan meningkatkan pemahaman audiens. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya memperluas aksesibilitas bagi kelompok disabilitas tetapi juga meningkatkan apresiasi terhadap kekayaan budaya Sunda yang disajikan di Museum Sri Baduga.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Proses Perancangan Karya

1. Tahapan Pra-produksi

Tahapan pra-produksi merupakan langkah awal yang penting dalam perancangan karya. Pada tahap ini, penulis melakukan persiapan yang matang agar proses produksi berjalan dengan terstruktur dan efisien. Salah satu langkah awal yang diambil adalah riset dan pengembangan konsep, di mana penulis mengeksplorasi berbagai referensi karya yang relevan, terutama yang dapat dipahami oleh kelompok disabilitas. Referensi dari IAG dan *National Gallery* memberikan inspirasi dalam pengambilan gambar yang kreatif dan menarik, sedangkan video dari Museum Pendidikan Surabaya menunjukkan teknik pengambilan gambar yang mudah dipahami oleh semua kalangan.

a. Riset dan Pengembangan Konsep

Riset ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman visual yang informatif dan menarik. Penulis juga merujuk pada karya dari Estetika Semarang *Art Gallery* untuk memahami teknik intonasi *voice over* yang sesuai dengan target audiens. Dengan demikian, konsep video yang dihasilkan mengutamakan komunikasi visual yang halus dan informatif, sehingga dapat memenuhi kebutuhan audiens.

b. Penyusunan Narasi

Narasi merupakan elemen penting dalam karya ini, dibuat dengan bahasa yang sederhana dan informatif untuk menjembatani kesenjangan informasi bagi audiens, terutama kelompok disabilitas. Skrip narasi yang disetujui oleh pihak Museum Sri Baduga menjelaskan koleksi yang ada di museum secara mendetail, mencakup aspek kehidupan masyarakat masa lalu, sistem sosial, serta pengaruh agama dalam budaya Jawa Barat. Penyusunan narasi ini memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua kalangan.

c. Persiapan Peralatan

Persiapan peralatan adalah langkah krusial untuk memastikan semua alat siap digunakan dalam proses produksi. Alat-alat seperti kamera Sony A6400, gimbal untuk stabilisasi, serta *software* editing seperti *Adobe After Effects* dan *CapCut Pro* telah disiapkan dengan baik. Tabel di bawah ini menunjukkan daftar peralatan yang diperlukan beserta fungsinya:

Tabel 4.1 Persiapan Peralatan

No	Alat	Fungsi
1	Sony A6400 + Lensa Kit	Merekam koleksi di Museum Sri Baduga
2	Memory Card Sandisk 64GB	Penyimpanan data video
3	Gimbal Feiyu Scorp C	Menstabilkan kamera
4	Adobe After Effect	Editing efek 3D <i>Camera Tracking</i>

Sumber: Data Penulis

d. Penyusunan *Shot List*

Penyusunan *shot list* dilakukan untuk memastikan proses pengambilan gambar berjalan terstruktur dan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Setiap detail dalam *shot list* mencakup informasi mengenai lokasi, ukuran gambar, sudut pengambilan gambar, serta efek editing yang akan digunakan. Tabel *shot list* berikut memberikan gambaran tentang rencana pengambilan gambar:

Tabel 4.2 Gambaran Rencana Pengambilan Gambar

SHOT	INT/EXT	SIZE	SOFTWARE	ANGLE	EDITING	AUDIO	SCRIPT	DESC	TIME
1	INT	16:9	After Effect	Low Camera Angle	Effect 3D Camera Tracking	Backsound	PADA LANTAI DUA MUSEUM SRI BADUGA	Kamera dari tangga ke atas	0:00-0:03

2	INT	16:9	CAPCUT	Medium Shot	Cut to Cut	Backsound	PENGUNJUN G DAPAT MENEMUKA N KOLEKSI	Menampilka n koleksi sistem agama	0:03-0:05
---	-----	------	--------	-------------	------------	-----------	---	--	-----------

Sumber: Data Penulis

2. Tahapan Produksi

Tahapan produksi adalah bagian krusial dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat untuk Museum Sri Baduga. Proses ini dibagi menjadi beberapa langkah penting yang mencakup pengambilan gambar, perekaman narasi, dan pasca produksi. Setiap langkah dirancang untuk memastikan hasil akhir tidak hanya menarik tetapi juga informatif dan mudah diakses oleh semua kalangan, terutama kelompok disabilitas.

a. Pengambilan Gambar

Pada tahap pengambilan gambar, penulis berperan sebagai sutradara, memberikan arahan kepada tim produksi berdasarkan shot list yang telah disusun sebelumnya. Meskipun tidak terlibat langsung sebagai operator kamera, penulis memastikan bahwa setiap adegan diambil dengan teknik sinematografi yang tepat, seperti *medium shot*, *close-up*, dan *wide shot*. Penggunaan *stabilizer* juga diperhatikan untuk menjaga kualitas gambar tetap halus dan tidak goyah. Selain itu, penulis memberikan panduan tentang pencahayaan untuk menonjolkan detail koleksi museum, serta memastikan komposisi visual yang sesuai dengan tujuan karya. Proses ini sangat penting untuk menjamin bahwa hasilnya dapat memenuhi kebutuhan target audiens, khususnya kelompok disabilitas, sehingga pengalaman visual yang dihasilkan menjadi menarik dan informatif.

b. Perekaman Narasi (*Voice Over*)



Gambar 4.1 *Voice over*
Sumber : Data Penulis

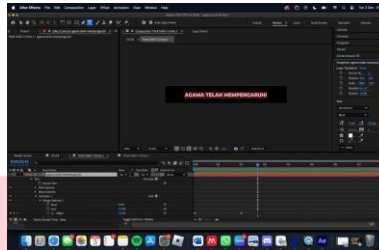
Pada tahap ini, penulis tidak bertindak sebagai pengisi suara tetapi memberikan arahan kepada Nabila Salsa Kirani, yang dipilih karena suaranya yang jelas dan tenang. Penulis memantau irama dan intonasi selama perekaman untuk memastikan narasi disampaikan dengan ritme yang nyaman didengar. Arahan diberikan agar penyampaian narasi menggunakan bahasa sederhana dan tempo yang tidak terlalu cepat, sehingga mudah dipahami oleh audiens target. Setelah perekaman selesai, penulis meninjau hasil suara untuk memastikan kualitas audio jernih dan bebas dari gangguan, sehingga narasi dapat berfungsi sebagai elemen pendukung utama dalam menyampaikan informasi secara efektif.

3. Tahapan Pasca Produksi

Tahapan pasca produksi merupakan langkah akhir dalam proses pembuatan video iklan layanan masyarakat ini. Pada tahap ini, semua elemen visual dan audio digabungkan untuk menghasilkan video yang sesuai dengan konsep perancangan. Editing video dilakukan menggunakan aplikasi *Adobe After Effects* dan *CapCut* untuk menambahkan efek visual seperti *3D Camera Tracking* serta melakukan penyesuaian warna dan kontras agar video lebih menarik dan informatif.

a. Editing Video

Editing dilakukan menggunakan Adobe *After Effects* untuk efek visual seperti *3D Camera Tracking* yang diterapkan pada beberapa *shot*. Teknik ini memberikan dimensi mendalam dan dinamis pada adegan. Untuk transisi dan penyempurnaan visual, aplikasi CapCut digunakan, termasuk fitur *cut-to-cut*, *adjustment*, dan *subtitle*. Penulis juga menambahkan efek *Big Text Animation*, *Filters Sun-drenched*, dan blur untuk menciptakan kesan dramatis dan meningkatkan fokus audiens. Proses ini dipandu oleh narasi dan *shot list*, memastikan keselarasan elemen visual dan audio. Pada bagian akhir, efek seperti *collage* dan *animation fade-out* digunakan untuk memberikan penutup yang memuaskan.



Gambar 4.2 *3D Camera Tracking*
Sumber : Data Penulis



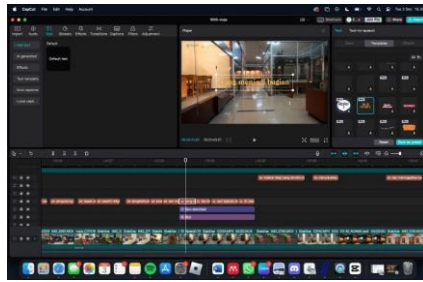
Gambar 4.3 *Cut to Cut*
Sumber : Data Penulis



Gambar 4.4 *Video Efek Horizontal | Open*
Sumber : Data Penulis



Gambar 4.5 *Subtitle*
Sumber : Data Penulis



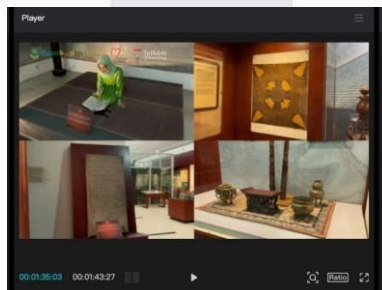
Gambar 4.6 *Big Text Animation/Text to speech*
Sumber : Data Penulis



Gambar 4.7 *Filters Sun-drenched*
Sumber : Data Penulis



Gambar 4.8 *Effects Blur*
Sumber : Data Penulis



Gambar 4.9 *Collage*
Sumber : Data Penulis



Gambar 4.10 *Animation Fade Out*
Sumber : Data Penulis

b. Revisi dan Finalisasi

Proses revisi juga mencakup sinkronisasi antara audio dan visual. Penulis memastikan bahwa semua elemen audio terintegrasi dengan baik, termasuk pengaturan volume dan transisi suara agar menciptakan pengalaman mendengarkan yang nyaman bagi audiens disabilitas. Setelah semua revisi dilakukan, finalisasi dilakukan dengan persetujuan dari pihak Museum Sri Baduga sebagai pemangku kepentingan utama.

B. Pembahasan Hasil Karya

Hasil karya berupa video iklan layanan masyarakat “Highlight Video Lantai 2 Museum Sri Baduga” telah selesai diproduksi melalui tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi selama 43 hari dari 26 Agustus hingga 8 Oktober 2024. Video ini dirancang untuk memberikan aksesibilitas lebih baik kepada pengunjung disabilitas dengan menghadirkan koleksi lantai 2 dalam bentuk multimedia yang informatif. Proses pengimplementasian karya ini melibatkan berbagai elemen sinematografi dan narasi yang jelas serta efek visual mendukung kenyamanan penonton. Penggunaan teknik pengambilan gambar seperti *medium shot* dan *close-up* membantu memperjelas informasi koleksi museum kepada audiens.

1. Kaitan Dengan Konsep Komunikasi

Dalam perancangan karya ini, video digunakan sebagai media komunikasi efektif yang menggabungkan elemen visual dan audio untuk menyampaikan informasi secara dinamis (McLuhan, 1964). Video *highlight* lantai 2 dirancang agar dapat diakses oleh kelompok disabilitas melalui monitor di lobi museum, sehingga mereka tetap mendapatkan informasi penting meskipun tidak dapat mengakses lantai dua secara fisik.

2. Kaitan Dengan Konsep Kreatif

Konsep kreatif dalam perancangan karya ini difokuskan pada elemen visual dan audio untuk menciptakan pengalaman menarik bagi audiens disabilitas. Pendekatan sinematografi digunakan untuk menghasilkan visual informatif dengan teknik pengambilan gambar yang tepat serta editing sederhana namun efektif untuk menjaga fokus pada informasi utama tanpa mengurangi daya tarik visual karya tersebut. Melalui seluruh tahapan produksi ini, penulis berhasil menciptakan karya multimedia yang tidak hanya memenuhi standar estetika tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang inklusif bagi semua kalangan masyarakat, terutama mereka dengan keterbatasan fisik atau sensorik.

3. Evaluasi Karya

Evaluasi karya dilakukan untuk menilai efektivitas video dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Penulis melakukan pengujian di berbagai perangkat untuk memastikan kualitas visual dan audio. *Feedback* dari pengunjung museum juga dikumpulkan untuk mengetahui sejauh mana video ini memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video berhasil memberikan pengalaman yang informatif dan menarik, serta dapat diakses oleh kelompok disabilitas.

4. Rekomendasi

Pengimplementasian video *highlight* lantai 2 Museum Sri Baduga ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang ingin mengeksplorasi lebih jauh tentang bagaimana video iklan layanan masyarakat (multimedia) mampu membangun pengabdian masyarakat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berfokus pada pengembangan video iklan layanan masyarakat untuk Museum Sri Baduga, dengan tujuan meningkatkan aksesibilitas bagi pengunjung disabilitas, terutama untuk koleksi di lantai dua. Melalui pendekatan sinematografi yang ramah dan narasi sederhana, video ini dirancang untuk menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami. Metode penelitian meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, yang memberikan wawasan tentang kebutuhan aksesibilitas pengunjung. Hasilnya adalah video edukasi yang tidak hanya menjembatani kesenjangan informasi tetapi juga memperkuat peran komunikasi visual dalam menyampaikan budaya secara inklusif. Dalam proses perancangan, tahapan pra-produksi melibatkan riset dan pengembangan konsep yang matang, serta penyusunan narasi yang informatif. Penggunaan alat-alat modern seperti kamera Sony A6400 dan software editing canggih memastikan kualitas visual yang tinggi. Selain itu, penyusunan shot list membantu dalam pengambilan gambar yang terstruktur dan sesuai dengan tema yang diinginkan. Semua elemen ini dirancang untuk menciptakan pengalaman visual yang menyenangkan bagi semua pengunjung, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media multimedia dapat secara signifikan meningkatkan pengalaman museum bagi pengunjung disabilitas. Dengan mengedepankan aspek inklusivitas dan aksesibilitas dalam komunikasi visual, video ini diharapkan dapat menjadi model bagi museum lain dalam menghadapi tantangan serupa. Karya ini tidak hanya berfungsi sebagai alat edukasi tetapi juga sebagai langkah penting dalam mempromosikan budaya lokal kepada masyarakat luas.

REFERENSI

PRINT REFERENCES

Book

Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management* (Stephanie Wall, Ed.). Pearson Education.

Joseph V. Mascelli. (1965). *The Five C's of Cinematography*. Silman - James Press

Sarwo Nugroho, S. K. M. K. (2014). *Teknik Dasar Videografi* (Putri Christian, Ed.). CV ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).

ELECTRONIC REFERENCES

Journal

Hikmatun Nisa, L. F., Purba, A. G. D., & Humae, K. N. P. (2022). Kajian Persepsi Visual pada Iklan Youtube Kitkat Minibreakvideo3 Kakatua: Mentok Pasti Berlalu. *Jurnal Desain*, 10(1), 143. <https://doi.org/10.30998/jd.v10i1.13738>

Nadya Amalia, S., & Patriansah, M. (2024). IKLAN RINSO “YUK MULAI BIJAK PLASTIK!” DITINJAU DARI MODEL ANALISIS AIDA. In *Jurnal Seni Rupa*, V. <https://ejournal.lapad.id/index.php/visart>