



7.24%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 17 JUL 2025, 4:59 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

 IDENTICAL	 CHANGED TEXT	 QUOTES
0.13%	7.1%	0.14%

Report #27533983

31 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Pariwisata merupakan salah

satu sektor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan ekonomi suatu negara.

Sektor ini berperan penting dalam peningkatan pendapatan nasional, penciptaan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi, serta menjadi jembatan untuk pertukaran budaya antara wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik sehingga dapat memperkenalkan destinasi wisata ke tingkat internasional (Sigalingging et al., 2024) Sebagai negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam dan budaya, Indonesia memiliki potensi yang besar dalam pengembangan sektor pariwisata. Namun, pengelolaan sumber daya pariwisata di Indonesia masih perlu ditingkatkan. Sebagai negara yang memiliki keberagaman sumber daya alam, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan berbagai objek wisata yang menarik. Keindahan alam, seperti pantai, pegunungan, dan kawasan konservasi, serta kekayaan seni dan budaya tradisional, menjadi daya tarik utama wisatawan domestik maupun mancanegara. Potensi ini memberikan peluang strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan sosial budaya. Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata adalah Kota Semarang. Saat ini, Kota Semarang berusia 478 tahun dan merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan potensi pariwisata yang beragam. Kota Semarang memiliki posisi geografis yang strategis, memberikan berbagai



potensi yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata. Dengan keanekaragaman alam, budaya, dan sejarah yang dimiliki, Kota Semarang berpotensi besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan yang menarik bagi wisatawan. Keberagaman atraksi wisata, mulai dari wisata alam hingga wisata budaya dan sejarah, memberikan Kota Semarang daya tarik yang unik dan beragam, yang dapat menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara. Dilansir dari laman (Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2024), pada tahun 2021 Kota Semarang mendapat jumlah kunjungan 2.663.761 wisatawan, dan mengalami peningkatan yang pesat pada tahun 2022 mencapai 5.343.151 jumlah kunjungan wisatawan, dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2023 yaitu tercatat 6.492.875 jumlah kunjungan wisatawan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Kota Semarang mengalami peningkatan setiap tahunnya sekitar 21.53% dari tahun 2022 ke 2023. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2024) mencatat jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia per Juni 2024 mengalami peningkatan drastis, yaitu jumlah wisatawan mancanegara mencapai 1,17 juta kunjungan dan jumlah wisatawan domestik mencapai 900 ribu perjalanan wisata. Kota yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan pada tahun 2024 adalah Yogyakarta dengan jumlah kunjungan wisatawan 71,2% dan Denpasar dengan jumlah kunjungan wisatawan 70,4% (Yonathan, 2024). Namun, dengan

data diagram pada gambar 1.1, Kota Semarang belum termasuk ke dalam kota yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk meningkatkan daya tarik Kota Semarang, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi video mapping untuk memperkenalkan dan mempromosikan pariwisata Kota Semarang lebih luas.

Gambar 1 1 Kota Populer Tahun 2024 (sumber foto: <https://>

[/data.goodstats.id/statistic/simak-kota-pilihan-orang-indonesia-untuk-wisata](https://data.goodstats.id/statistic/simak-kota-pilihan-orang-indonesia-untuk-wisata))

Video Mapping merupakan teknologi yang menggunakan teknik menggabungkan pemetaan video dengan efek visual sebagai strategi pertunjukan (Rompas et al., 2019). Salah satu kota di Indonesia yang sudah memanfaatkan teknologi video mapping adalah Kota DKI Jakarta dengan program bernama “Wonderspace” yang terletak di Stasiun MRT Bundaran HI dan diperkirakan menarik 30 ribu pengunjung selama sebulan (Henry, 2024). Dilansir dari laman (lzyvisual, 2024), Surabaya juga menjadi salah satu kota di Indonesia yang berhasil menciptakan video mapping terbesar se-Surabaya bernama “NAWA Fantasia” yang mendapatkan perhatian luas di media sosial, serta direkomendasikan oleh banyak public figure. Dengan memanfaatkan teknologi video mapping, Kota Semarang dapat meningkatkan pariwisatanya dengan menampilkan ikon-ikon dan tempat pariwisata Kota Semarang secara interaktif dan menarik. Kota Semarang memiliki landmark yang menjadi ikon pariwisata, seperti Lawang Sewu, Kota Lama, Klenteng Sam Poo



Kong, Candi Gedong Songo, dan Simpang Lima yang menyimpan nilai sejarah dan budaya. Penggunaan teknologi video mapping ini dapat dimanfaatkan untuk menampilkan kisah di balik setiap landmark, sehingga memberikan konteks yang mendalam kepada wisatawan mengenai sejarah dan makna dari tempat-tempat tersebut. Pendekatan ini memungkinkan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan visual dari destinasi wisata saja, tetapi juga memperoleh pengetahuan mengenai warisan budaya dan sejarah Kota Semarang. Implementasi video mapping dalam memperkenalkan Kota Semarang diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi kota ini. Dengan memanfaatkan teknologi modern, promosi pariwisata dapat dilakukan secara lebih kreatif dan menarik, sehingga mampu menjangkau audience lebih luas. Langkah ini mendukung upaya pemerintah dan pengelola pariwisata dalam meningkatkan daya tarik serta jumlah kunjungan wisatawan. Pemanfaatan video mapping sebagai salah satu strategi promosi diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Semarang, serta dapat menjadi sarana edukasi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga dan melestarikan warisan budaya serta sejarah kota Semarang. Selain itu, dalam upaya mempromosikan pariwisata Kota Semarang, dibutuhkan berbagai media pendukung untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan. Media seperti poster, flyer, serta media sosial menjadi

alat komunikasi visual yang tepat dalam memperkenalkan ikon pariwisata Kota Semarang. Melalui pendekatan ini, diharapkan dengan merancang video mapping ikon Kota Semarang dapat menjadi salah satu daya tarik utama pariwisata yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif, serta dapat memperkenalkan keunikan sejarah, budaya, dan kekayaan alam Kota Semarang kepada wisatawan.

1.2 Identifikasi Masalah

Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu:

1. Kurangnya sarana dalam mempromosikan pariwisata di Kota Semarang.
2. Kurangnya pemanfaatan video mapping dalam meningkatkan pariwisata Kota Semarang..

1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana merancang elemen visual video mapping yang mampu mengangkat karakter ikon wisata Kota Semarang secara menarik?
2. Bagaimana strategi visual video mapping dapat digunakan secara efektif untuk mempromosikan pariwisata Kota Semarang melalui penyampaian pesan budaya dan sejarah?

1.4 Tujuan Penelitian Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu:

- a. Merancang konsep desain video mapping yang menarik dan informatif, guna meningkatkan pengalaman visual wisatawan dan mempromosikan keunikan setiap ikon pariwisata.
- b. Mengidentifikasi karakteristik dari ikon pariwisata yang ada di Kota

Semarang yang dapat disorot dalam video mapping, termasuk sejarah, budaya, dan keindahan arsitektur. 19 1.5 Manfaat Penelitian Penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan, baik secara teoritis maupun praktis, untuk berbagai pihak. Dengan fokus pada perancangan video mapping ikon pariwisata Kota Semarang, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik wisatawan sekaligus memperkuat identitas Kota Semarang sebagai destinasi unggulan di Indonesia yang dapat dikenal hingga tingkat internasional, serta perlunya pendekatan kreatif dalam memperkenalkan sejarah dan budaya Kota Semarang. 1.5 19 1 Manfaat Teoritis Penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan, baik secara teoritis maupun praktis, untuk berbagai pihak. Dengan fokus pada perancangan video mapping ikon pariwisata Kota Semarang, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik wisatawan sekaligus memperkuat identitas Kota Semarang sebagai destinasi unggulan di Indonesia yang dapat dikenal hingga tingkat internasional, serta perlunya pendekatan kreatif dalam memperkenalkan sejarah dan budaya Kota Semarang. 1.5.2 Manfaat Praktis Hasil dari penelitian ini dapat menjadi kontribusi langsung bagi pemerintah daerah dan pelaku industri dalam memperkenalkan wisata Kota Semarang dengan mengimplementasikan teknologi video mapping sebagai alat promosi yang inovatif. 1.5.3 Bagi Universitas Pembangunan Jaya Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi Universitas Pembangunan Jaya, khususnya yang bergerak di bidang desain komunikasi visual, untuk memperkaya materi pembelajaran terkait teknologi video mapping, serta dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk strategi promosi destinasi wisata yang lebih inovatif. 1.5.4 Bagi Peneliti Penelitian ini menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan analisis, eksplorasi kreatif, dan penyelesaian masalah dalam bidang desain multimedia. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk pengembangan riset lanjutan yang lebih spesifik dalam teknologi video mapping dan media promosi kreatif lainnya. 1.6 Sistematika Penulisan Untuk mempermudah pemahaman dan memberikan struktur yang jelas dalam penyusunan proposal ini,



laporan tugas akhir ini disusun dengan sistematika yang terorganisir secara rapi, sebagai berikut: BAB 1 PENDAHULUAN Pada bab ini menjelaskan latar belakang pentingnya sektor pariwisata sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di Kota Semarang yang memiliki berbagai ikon wisata bersejarah dan budaya, seperti Lawang Sewu, Kota Lama, Klenteng Sam Poo Kong, Candi Gedong Songo, dan Simpang Lima. Meski potensial, promosi wisata di kota ini belum maksimal, terutama dari segi pemanfaatan teknologi modern seperti video mapping. Oleh karena itu, rumusan masalah, tujuan, manfaat teoritis dan praktis, serta sistematika penulisan disusun untuk membentuk dasar penelitian ini yang fokus pada perancangan media promosi interaktif melalui pendekatan desain komunikasi visual. BAB 2 TINJAUAN UMUM Pada bab ini menguraikan dasar teori dan data pendukung yang relevan dengan topik penelitian. Diawali dengan gambaran umum Kota Semarang dan perkembangannya sebagai destinasi wisata, lalu dilanjutkan dengan pembahasan mengenai ikon-ikon pariwisata. Bab ini juga membahas teori promosi wisata, storytelling dalam konteks pariwisata, serta konsep dan prinsip video mapping sebagai media visual interaktif. Unsur-unsur, seperti warna, ilustrasi, tipografi, dan motion graphic juga dijelaskan sebagai bagian penting dari strategi desain dalam menarik minat wisatawan melalui media digital yang inovatif. BAB 3 METODOLOGI DESAIN Pada bab ini membahas pendekatan dan tahapan yang digunakan dalam proses perancangan video mapping. Di dalamnya dijelaskan sistematika perancangan, metode pencarian data yang mencakup observasi, wawancara, dan studi literatur, serta teknik analisis data yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik ikon pariwisata Kota Semarang. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam merumuskan solusi desain untuk media promosi berbasis video mapping. BAB 4 STRATEGI KREATIF Pada bab ini membahas secara menyeluruh strategi kreatif dalam merancang media promosi video mapping yang menampilkan ikon pariwisata Kota Semarang. Dimulai dari strategi komunikasi visual untuk menyampaikan

nilai sejarah dan budaya secara efektif, dilanjutkan dengan analisis segmentasi, targeting, dan positioning (STP), serta analisis SWOT sebagai dasar dalam menentukan arah desain. Proses perancangan dijabarkan melalui tahapan pembuatan sinopsis, storyline, storyboard, studi properti, sound, 3D animation, motion graphic dan editing. Penjabaran moodboard, tone, dan manner turut memperkuat arah estetika karya, diikuti dengan penerapan prinsip AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk merancang visual utama dan elemen pendukung. Konsep layout dan komposisi disusun sebagai landasan desain visual yang efektif, kemudian ditutup dengan penerapan final artwork yang menjadi hasil akhir perancangan video mapping dan media pendukungnya. **44** BAB 5 PENUTUP Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan proses penelitian dan perancangan.

Kesimpulan menjelaskan bahwa video mapping sebagai media promosi mampu memperkenalkan ikon-ikon pariwisata Kota Semarang secara menarik dan edukatif, serta memberikan pengalaman visual yang mendalam kepada audiens. Media ini terbukti efektif dalam memperkuat identitas kota serta menambah daya tarik wisata melalui pendekatan visual dan naratif yang inovatif. Saran yang diberikan meliputi pemanfaatan teknologi kreatif secara lebih luas dalam strategi promosi pariwisata di masa mendatang, serta perlunya pengembangan lanjutan pada aspek teknis dan naratif agar dapat menciptakan karya yang lebih interaktif dan berdaya guna bagi masyarakat serta sektor pariwisata secara umum. BAB II

TINJAUAN UMUM 2.1 Kota Semarang Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang telah berdiri sejak 5 Mei 1547. **25** Secara geografis, kota ini terletak di pantai utara Jawa Tengah, dengan batas wilayah meliputi Kabupaten Kendal di sebelah barat, Kabupaten Demak di sebelah timur, Kabupaten Semarang di sebelah selatan dan Laut Jawa di sebelah utara. **24** Kota Semarang berada pada koordinat sekitar 6°50'-7°10' Lintang Selatan dan 109°35'-110°50' Bujur Timur, dengan luas wilayah mencapai i sekitar 37.369,70 km² yang mencakup area dataran rendah dan dataran tinggi (Pemerintah Kota Semarang, 2018). Kondisi Geografis Kota

Semarang dapat dilihat melalui Gambar 2.1. Gambar 2 1 Peta Wilayah Kota Semarang (sumber: <https://pusdataru.jatengprov.go.id/dokumen/RTRW-Prov/1-Kota-Semarang/Lampiran-Peta-Pola-Ruang>) Kota Semarang memiliki 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2024), kondisi demografis Kota Semarang mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya. Jumlah penduduk di Kota Semarang pada akhir tahun 2023 sebesar 1.695,74 jiwa dengan rincian jenis kelamin laki-laki sejumlah 838,44 jiwa atau 49,45%, dan jenis kelamin perempuan 856,31 jiwa atau 50,55% dari keseluruhan jumlah penduduk.

2.1.1 Perkembangan Pariwisata di Kota Semarang Menurut Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2024), jumlah kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2021 Kota Semarang mencapai sekitar 2.663.684, dan mengalami peningkatan pesat pada tahun 2022 mencapai 5.338.233 jumlah kunjungan wisatawan domestik, dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2023 yaitu tercatat 6.478.883 jumlah kunjungan wisatawan domestik. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2021 Kota Semarang yaitu 77 wisatawan, lalu mengalami kenaikan pada tahun 2022 yaitu mencapai 4.918 wisatawan mancanegara, dan mengalami peningkatan drastis pada tahun 2023 yaitu mencapai 13.992 wisatawan mancanegara. Berdasarkan data terakhir dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2024) pada bulan Juli 2024, perkembangan statistik pariwisata Kota Semarang mengalami kenaikan sebesar 0,05 poin dibandingkan bulan sebelumnya, serta Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Kota Semarang tercatat mencapai 61,18%.

Gambar 2 2 Perkembangan jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Semarang Jumlah total kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara pada tahun 2021 yaitu sekitar 2.663.761 wisatawan, tahun 2022 mencapai 5.343.151 wisatawan, dan tahun 2023 mencapai 6.492.875 wisatawan. Berdasarkan data jumlah total kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara Kota Semarang, terjadi peningkatan setiap tahunnya dengan persentase kenaikan sekitar 21,53% dari tahun 2022 ke 2023.

2.1.2 Ikon Pariwisata Kota Semarang 1. Lawang Sewu Gambar 2 3 Foto Lawas

REPORT #27533983

Gedung Lawang Sewu (sumber: <https://www.titiktemu.co/historia/pr-862176500/lawang-sewu-semarang-di-jaman-belanda-adalah-kantor-perusahaan-kereta-api-swasta>) Lawang Sewu merupakan bangunan bersejarah yang didirikan pada era penjajahan Belanda, berasal dari kata “Lawang Sewu” jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia berarti “seribu pintu”. Kata Sewu (seribu dalam Bahasa Jawa), adalah representasi komunitas Semarang mengenai jumlah pintu yang dimiliki oleh Lawang Sewu, walaupun jumlah pintu yang tersedia tidak mencapai seribu, tetapi jumlah tepatnya adalah 429 buah pintu. Namun Lawang Sewu memiliki sejumlah jendela yang ketinggian dan lebarnya menjadikan jendela itu tampak seperti gerbang. ¹

Selain pintu dan jendela yang berukuran besar, setiap pintu memiliki daun pintunya. ^{1 6} Masing-masing dengan total keseluruhan sebanyak 1200 daun pintu. Beberapa pintu memiliki dua daun pintu, dan ada juga yang mempunyai 4 daun pintu yang terdiri dari dua daun pintu berayun, serta dua daun pintu sliding (Brahmanto, 2022). ^{1 3 6 8 16 23 40} Menurut riset dari Brahmanto (2022), Lawang Sewu mulai dibangun oleh Belanda pada 27 Februari 1904 dan selesai pada tahun 1907. ^{1 3 6 8} Pada mulanya bangunan ini berperan sebagai pusat administrasi Perusahaan kereta api swasta yang dimiliki oleh Belanda dengan nama Nederlands Indische Spoorweg Maatschappij (NIS). ^{1 3}

^{6 8 11} Perusahaan ini yang pertama kali menciptakan rel kereta api di Indonesia yang menyambungkan Semarang, Surakarta, serta Yogyakarta. Rute Pertama yang dibangun yaitu Semarang Temanggung di tahun 1867. ^{1 3 6 8 11 28} Direksi NIS mempercayakan perancangan bangunan kepada Prof. Jacob F. Klinkhamer dan B. ^{1 3 6 8 11} J. Queendag. Keduanya berdomisili di Amsterdam. ^{1 3 8} Seluruh proses perancangan Gedung dilakukan di Belanda. ^{1 3 8 11} Setelah desain selesai, gambar-gambar rancangan itu selanjutnya dibawa ke Kota Semarang. Lawang Sewu merupakan salah satu dari struktur yang memiliki kekuatan integritas arsitektur perpaduan antara pengaruh luar indische dengan keunikan lokal yang kuat dan responsif terhadap cuaca serta lingkungan sekitar yang masih ada. Dari segi penampilan bangunan Gedung Lawang Sewu mengadopsi gaya Romanesque Revival. Pada umumnya, Gedung Lawang Sewu tidak

memiliki makna simbolis yang signifikan, tetapi jika dilihat dari skala kota atau area tempat gedung berlokasi yang terletak di pusat-pusat, Kota Semarang ini eksistensinya sangat penting bagi pengembangan citra lingkungan dan dapat berfungsi sebagai “landmark” untuk Kota Semarang. Seluruh bangunan ini adalah sebuah karya yang begitu menakjubkan sehingga disebut “Mutiar dari Semarang (Wibawa, 2015). Lawang Sewu menyimpan sejarah yang sunyi dari pernyataannya pada era penjajahan Belanda. Sesudah ditinggalkan oleh NIS, Gedung ini kerap digunakan oleh kolonialis Belanda dan Jepang sebagai penahanan. Jika menyaksikan Sejarah gelap yang dimiliki oleh Lawang Sewu menjadikan bangunan ini punya seribu kisah dengan elemen mistis. Dimulai dengan pemanfaatan Lawang Sewu sebagai penjara, serta tempat penyiksaan narapidana, sampai pertarungan antara pahlawan dan kolonialis Jepang yang menyebabkan banyak kehilangan jiwa. Gambar 2 4 Foto Kini Gedung Lawang Sewu (sumber: <https://warakngendog.com/landmark/lawang-sewu/>) Setelah lama terbengkalai, PT. KAI sebagai pemilik Gedung Lawang Sewu mengamati pentingnya renovasi Gedung. Hal ini dikarenakan nilai Sejarah Lawang Sewu yang sangat berharga, oleh karena itu bangunan ini perlu dijaga dan dilestarikan. Kini, Lawang Sewu berfungsi sebagai destinasi tempat wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan, serta menjadi ikon dari Kota Semarang. 2. Kota Lama Semarang Gambar 2 5 Gedung Kota Lama Semarang (Sumber: <https://www.alinea.id/gaya-hidup/intip-pesona-kota-lama-semarang-yang-otentik>) Kawasan Kota Lama Semarang atau mendapat julukan “The Little Netherland merupakan kota yang bersejarah. Kota Lama Semarang merupakan kawasan kota kuno di Kota Semarang yang mulai dibangun sejak pada masa penjajahan Belanda, wilayah ini adalah pusat kegiatan Masyarakat kolonial Belanda yang mulai ada pada abad ke-19 (Raditya, 2017). Kawasan Kota Lama seluas 35 Hektar ini menjadi saksi Sejarah pertumbuhan Kota Semarang. Kawasan Kota Lama diakui sebagai Kawasan dengan beragam etnis karena dulunya menjadi tempat tinggal Masyarakat lokal, etnis Tionghoa, dan orang

Eropa yang Sebagian besar berprofesi sebagai pedagang (Firdausyah & Dewi, 2020).

14 Kota Lama Semarang berada di Kelurahan Bandarharjo, Kecamatan Semarang Utara.

14 Batas Kota Lama Semarang terletak di utara Jalan Merak dengan

stasiun Tawang, di sisi timur Jalan Cendrawasih, di sisi Selatan

Jalan Sendowo dan bagian barat Jalan Mpu Tantular, serta di sepanjang

Sungai Semarang. Luas Kota Lama Semarang sekitar 0,3123 km (Purwanto, 2005). Sama

halnya seperti kota-kota lain yang terletak di bawah pemerintahan

kolonial Belanda, didirikan benteng Kota Lama sebagai markas tentara.

Benteng ini memiliki bentuk segi lima serta pertama kali didirikan

di bagian barat Kota Lama Semarang. Benteng ini hanya memiliki satu

pintu di bagian Selatan dan lima tower pengawas. 48 Setiap Menara diberi nama:

Zeeland, Amsterdam, Utrecht, Raamsdonk dan Bunschoten. Pemerintah Belanda

mengalihkan pemukiman Tiongkok pada tahun 1731 di sekitar pemukiman

Belanda, guna mempermudah pengawasan terhadap semua aktivitas Masyarakat

Cina. Oleh karena itu benteng tidak hanya berfungsi sebagai pusat

militer, tetapi juga berfungsi sebagai Menara pemantau untuk segala

aktivitas orang Tiongkok. 29 Pada tahun 2015, Kota Lama Semarang

ditetapkan sebagai daftar sementara World Heritage Lists (WHS) atau

Kota Warisan Dunia oleh UNESCO, karena dianggap sebagai 2 "Best Preserved

Colonial City 29 (Sonaesti & Purwanto, 2022). Keberagaman karakter atau

nilai yang ada pada Kota Lama Semarang tidak hanya memberikan

keuntungan, tetapi juga untuk Kota Semarang sebagai daerah yang

memiliki warisan bernilai tinggi (Alfanando, 2022). Kota Semarang sudah

menjadi identik dengan karakter dan identitasnya sebagai kawasan

bersejarah, saat ini Kota Lama Semarang telah berkembang menjadi

destinasi wisata yang berfokus pada budaya dan Sejarah setelah adanya

program revitalisasi yang dilaksanakan sejak tahun 2017 di bidang

infrastruktur dan bangunan cagar budaya. 3. Klenteng Sam Poo Kong

Gambar 2 6 Bangunan Klenteng Sam Poo Kong (Sumber: [https://](https://labirutour.com/blog/klenteng-sam-poo-kong)

labirutour.com/blog/klenteng-sam-poo-kong) Klenteng Sam Poo Kong menjadi

salah satu tujuan destinasi wisata yang berlokasi di ibu kota



Provinsi Jawa Tengah, dengan posisi yang strategis menjadi nilai plus bagi Klenteng Sam Poo Kong sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan. Dahulu hanya berfungsi sebagai tempat ibadah umat Konghucu, kini klenteng ini telah berubah menjadi destinasi wisata yang diakui oleh masyarakat (Lokaprasidha & Lokaprasidha, 2020). **22 51** Klenteng ini terletak di kawasan Simongan, bagian barat daya Kota Semarang. Berdiri di atas lahan seluas 3,2 hektar dengan lima bangunan, yaitu Klenteng Utama, Gua Sam Poo, Tho Tee Kong, dan tempat pemujaan Kyai Juru Mudi (Lestari, 2019). Klenteng Sam Poo Kong merupakan bangunan warisan budaya yang memiliki nilai sejarah budaya yang tinggi (Marcella, 2012). **30** Klenteng ini pertama kali dibangun pada tahun 1724 oleh komunitas Tionghoa sebagai bentuk penghormatan kepada Laksamana Cheng Ho, yang dianggap sebagai leluhur mereka. Jumlah wisatawan yang datang ke Klenteng ini, biasanya meningkat ketika ada acara khusus, seperti Tahun Baru Imlek, serta upacara untuk memohon berkah yang selalu diadakan setiap malam Jumat Kliwon dan Selasa Kliwon. Selain itu, ada juga upacara untuk menghormati kehadiran armada yang dikendalikan oleh Laksamana Cheng Ho sebagai Sam Poo Tay Djien. **18** Laksamana Cheng Ho adalah seorang muslim, namun ia dianggap sebagai dewa oleh masyarakat Tionghoa di Kota Semarang. Hal itu dapat dimaklumi karena kepercayaan dalam agama Kong Hu Cu meyakini bahwa manusia yang telah meninggal dunia dapat memberikan bantuan kepada yang masih hidup (Lokaprasidha & Lokaprasidha, 2020). Lebih lanjut (Lokaprasidha & Lokaprasidha, 2020), Klenteng ini memiliki beberapa daya tarik, yaitu Klenteng besar dan Goa Sam Poo, merupakan pusat kegiatan yang berisi patung Sam Poo Tay Djien, serta Goa Lama yang memiliki sumber air yang dianggap banyak khasiat. Tho Tee Kong, merupakan tempat para umat berdoa atas tanah subur dan hasil panen. **13 17 37** Makam Kyai Juru Mudi, merupakan tempat pemujaan Wang Jing Hong, juru mudi armada Cheng ho, yang dimakamkan di dekat klenteng. Penghormatan Mbah Kyai Jangkar, merupakan jangkar besar yang menjadi simbol kapal Cheng Ho. **13** Pohon Rantai, merupakan pohon unik dengan batang menyerupai rantai yang

menggunakan tambang kapal darurat. Relief Sejarah, merupakan relief yang menggambarkan perjalanan Laksamana Cheng Ho dalam tiga bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin. Sebagai sebuah Klenteng yang merupakan warisan budaya dalam bentuk arsitektur yang memiliki nilai utama sebagai tempat ibadah umat Tionghoa, hal ini yang menarik banyak wisatawan untuk berkunjung. Alasan utama dijadikan destinasi wisata adalah karena Sam Poo Kong merupakan peninggalan budaya dan sejarah, sehingga tempat tersebut menjadi lokasi yang tidak hanya untuk belajar, tetapi juga berwisata budaya, memperkenalkan budaya yang ada di Sam Poo Kong, sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin mengetahui nilai-nilai yang dimiliki Klenteng Sam Poo Kong.

4. Candi Gedong Songo

Gambar 2.7 Candi Gedong Songo (Sumber: <https://inikotasemarang.com/candi-gedong-songo/>) Candi Gedong Songo merupakan salah satu destinasi wisata yang terletak di Kota Semarang. ^{20 26 38} Kata “Gedong Songo” berasal dari bahasa Jawa, “Gedong” berarti bangunan atau rumah, dan “Songo” berarti sembilan (Ermawati, 2021). Dilihat dari arsitekturnya, Candi Gedong Songo dibangun antara abad ke-7 hingga ke-9 masehi dengan latar belakang agama Hindu. ⁵⁴ Sesuai dengan namanya, terdapat sembilan kelompok candi yang masih utuh. Kelima kelompok candi tersebut tersebar, mulai dari Candi Gedong I di bawah hingga Candi Gedong V di atas (Setiawan & Vanel, 2023). Candi Gedong Songo merupakan peninggalan agama Hindu yang dibangun oleh putra Sanjaya dari Dinasti Shailendra dengan tujuan menjadi guru besar. Candi Gedong Songo juga digunakan sebagai tempat peribadatan umat Hindu karena di dalamnya juga terdapat patung-patung dewa, seperti Siwa Mahaguru, Mahadewa, Guruga Mahesa Smarardhani, Siwa Mahakala dan Ganesha. ⁴⁶ Selain itu, terdapat Lingga dan Yoni yang merupakan ciri khas candi Hindu (Ermawati, 2021). ^{20 39} Kawasan Candi Gedong Songo terletak di Desa Darum, Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Candi Gedong Songo berada di lereng selatan Gunung Ungaran pada ketinggian sekitar 1.200 meter di atas permukaan laut, sehingga suhu di tempat ini sangat rendah.



Candi Gedong Songo ini merupakan daya tarik wisata unggulan dan juga dijadikan sebagai simbol dan maskot pariwisata karena merupakan aset penghasil pendapatan terbesar di Kota Semarang (Nugroho, 2016). Budaya dan kepercayaan masyarakat Desa Candi sebenarnya mayoritas beragama Islam, meskipun ada juga yang beragama lain. Kawasan Candi Gedong Songo dianggap sebagai tempat suci oleh penduduk setempat, meski berbeda latar belakang agama. Pada hari-hari tertentu, pemujaan masih dilakukan di kawasan candi tersebut. Selain itu, kawasan candi ini masih sering digunakan untuk beraktivitas pada malam hari untuk mencari kedamaian dan pencerahan. Hingga saat ini, warga sekitar meyakini bahwa kawasan Candi Gedong Songo mempunyai kekuatan untuk membantu menyelesaikan permasalahan dan mencari solusi. Bahkan tak jarang pengunjung melakukan ritual menyendiri di Candi Gedong Songo untuk mencari “wangsit” atau pencerahan.

5. Simpang Lima Gambar 2

8 Alun-alun Simpang Lima Semarang (Sumber: <https://hotelpantes.com/hotel-pantes-blog/jalan-kawasan-simpang-lima>) Simpang Lima merupakan sebuah alun-alun di pusat Kota Semarang, berada di antara Jalan Pahlawan, Jalan Pajajaran, Jalan Ahmad Yani, Jalan Gajah Mada, Jalan Dalan. Terdapat juga pusat perbelanjaan dan department store di sebelah taman. Di antaranya Hotel Ciputra, Hotel Horison, Hotel Grand Santika, Mal Ciputra, E Plaza dan Plaza Simpang Lima. Kawasan Simpang Lima ini sangat strategis dan banyak dikunjungi wisatawan, terletak di jantung Kota Semarang dan memiliki konektivitas jalan serta fasilitas pendukung lainnya yang sangat baik. Simpang Lima ini mempunyai ciri khas tersendiri dan mempunyai keunggulan karena berada di tengah persimpangan lima jalan yang berpotongan, menjadikan bangunan-bangunan di sekitar kota, seperti halnya Lawang Sewu yang menjadi identitas dari Kota Semarang, Simpang Lima juga menjadi salah satu landmark dari Kota Semarang (Krisnando, 2018). Menurut Muljadinata (2019) dalam S. Widianoro & Wijayati (2024), Simpang Lima merupakan komponen utama dataran pancasila yang menjadi salah satu ruang terbuka di Kota

Semarang yang keberadaannya sudah direncanakan sejak zaman Hindia-Belanda.

Peta tahun 1922 dalam rancangan Karsten sudah menunjukkan Jalan K.H Ahmad Dahlan dan Jalan Pahlawan, menunjukkan bahwa Herman Thomas Karsten menciptakan kota modern dari cikal bakal kawasan Simpang Lima Kota Semarang. Alun-alun baru Kota Semarang pertama kali dirancang oleh Presiden Soekarno, di mana kawasan Simpang Lima dirancang sebagai pusat kegiatan masyarakat dengan fokus budaya dan pendidikan. Perancangan ruang baru ini mengambil konsep lokal sebagai tempat untuk bersantai dan berkumpul, yang dirancang untuk menampung lebih dari 100.000 masyarakat (S. Widianoro & Wijayati, 2024).

2.2 Promosi Wisata

Promosi merupakan langkah yang dilakukan oleh suatu pihak dengan tujuan meningkatkan penjualan, mengenalkan sebuah merek, maupun meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek atau produk tertentu.

Menurut Kotler & Keller (2016), Promosi yang dilakukan adalah upaya untuk menginformasikan dan menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan menarik perhatian konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Promosi dapat berupa dengan berbagai bentuk, mulai dari iklan hingga pemasaran pribadi oleh pihak tertentu dengan tujuan meningkatkan pemasaran mereka (Kotler & Keller, 2016).

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam media seperti, percetakan poster, brosur majalah, hingga materi lainnya yang dapat disebarkan ke berbagai pusat aktivitas.

50 Promosi dalam pariwisata berperan sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan. Perancangan dan penggunaan media dalam kegiatan promosi menjadi sebuah kebutuhan yang penting agar promosi dapat memberikan hasil yang diharapkan dan tidak menjadi kegiatan yang menghamburkan dana. Promosi objek wisata alam, seni, maupun budaya di suatu daerah memiliki kompleksitas yang lebih besar dibandingkan mempromosikan suatu produk perusahaan. Keduanya memiliki karakteristik yang berbeda. Promosi pada objek wisata sangat penting dalam konteks pelaksanaan otonomi daerah. Setiap kawasan atau daerah perlu memiliki kesadaran yang lebih untuk memaksimalkan potensi objek

wisatanya guna meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) (Manafe et al., 2016). Tujuan promosi adalah untuk memberikan informasi, menarik perhatian, meningkatkan keinginan, dan mendorong minat konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan (Sanjaya, 2015). Promosi bertujuan untuk menarik masyarakat untuk berminat membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi kreatif harus dapat mampu untuk memengaruhi konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan. Namun promosi harus disampaikan dengan cara yang efektif agar konsumen dapat lebih cenderung memilih produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya (Sanjaya, 2015). Promosi juga bertujuan untuk mengenalkan sesuatu kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui dan juga tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Manafe et al. (2016) tujuan promosi objek wisata suatu daerah dapat

dikategorikan ke dalam beberapa tujuan, diantaranya: 1. **15** Membuat promosi lokalitas wisata dengan tujuan memperkenalkan wisata yang menarik dan menguntungkan bagi wisatawan. 2. Meningkatkan citra objek wisata suatu daerah di pasar domestik maupun internasional. 3. Menyebarkan pengetahuan terkait produk-produk wisata yang telah di kembangkan maupun yang sudah di kembangkan.

4. Membangun serta membina komunikasi yang baik dan efektif dengan media juga pers internasional. 2.3 Tourism Storytelling Konsep storytelling dalam pariwisata menjadi pendekatan strategis yang semakin diperhatikan oleh pelaku industri. Menurut Tilden (2007), storytelling dalam konteks pariwisata mencakup berbagai unsur penting seperti nilai edukatif, informasi yang mudah dipahami, penggunaan properti yang menarik dan artistik, serta keberagaman tema yang disampaikan secara maksimal (Pasaribu et al., 2022) Di Indonesia, pemanfaatan storytelling sebagai pendekatan yang efektif untuk mengenalkan dan memasarkan destinasi wisata turut menjadi fokus perhatian Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), hal itu ditegaskan oleh Rizki Handayani selaku Deputy Bidang Produk Wisata dan Penyelenggaraan Kegiatan, yang menyebutkan bahwa storytelling merupakan strategi yang tepat untuk

mengangkat nilai-nilai dan daya tarik pariwisata di berbagai daerah (Fikri, 2020). Secara esensial, pendekatan ini mengedepankan peran cerita sebagai alat komunikasi yang kuat dan fleksibel, yang dapat diaplikasikan melalui berbagai media promosi pariwisata. Storytelling dinilai signifikan karena manusia pada dasarnya adalah makhluk pencerita (homo narrans) yang secara naluriah lebih mudah tersentuh oleh cerita yang menarik daripada oleh data atau penalaran logis semata (Priliantini et al., 2023). Sebuah narasi yang dirancang dengan baik mampu membangkitkan rasa ingin tahu yang berujung pada terciptanya destinasi baru, sekaligus memperkuat daya tarik lokasi wisata yang telah ada. Lebih dari itu, storytelling juga dapat membangun kedekatan emosional antara pengunjung dan destinasi, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan tak terlupakan. Berdasarkan buku “Marketing for Tourism and Hospitality” oleh Hudson (2009) menekankan bahwa storytelling mampu membantu destinasi wisata yang membedakan diri dari kompetitor serta membentuk identitas unik yang lebih mudah diingat (Nuria & Limpas, 2024). Hudson menguraikan tiga poin utama dalam penerapan storytelling:

1. Membangkitkan emosi wisatawan agar mereka merasa terhubung dengan destinasi.
2. Menonjolkan keunikan destinasi dalam lanskap pariwisata yang kompetitif.
3. Menciptakan pengalaman yang mudah diingat melalui narasi yang menarik, karena cerita yang kuat lebih membekas di benak wisatawan dibandingkan dengan informasi faktual semata.

2.4 Video Mapping Menurut Ekim (2011), video mapping merupakan salah satu teknik proyeksi video terbaru yang digunakan hampir setiap permukaan menjadi tampilan video yang dinamis.

9 Manfaat dari video mapping adalah menciptakan ilusi secara fisik pada gambar melalui penggabungan elemen audio-visual. Menurut Ahmad & Sofyan (2013), menyatakan video mapping merupakan teknologi hiburan yang baru serta inovatif.

9 Teknik yang memproyeksikan gambar video pada bangunan, struktur atau hampir semua jenis permukaan dan objek 3D. Menurut Rompas et al (2019) video mapping merupakan teknik yang memanfaatkan pencahayaan dan proyeksi untuk

menciptakan ilusi visual pada objek, sehingga menghasilkan transformasi yang terjadi akibat proyeksi yang pada grafik digital ke objek, benda, dan permukaan. Video mapping juga merupakan sebuah pendekatan baru yang berfungsi sebagai ungkapan seni proyeksi gambar menggunakan teknologi pencahayaan. **9** Lebih lanjut, menurut Ahmad (2013), juga mengatakan bahwa yang menjadi hal utama dalam membuat video mapping adalah proyektor video. Di mana untuk objek kecil dan untuk proyeksi objek membutuhkan 5600 lumens. Namun, terkadang dibutuhkan hingga 20.000 lumens agar mendapatkan hasil gambar yang jelas dan akurat pada permukaan besar atau untuk jarak jauh. **2.4** **5** **1 Prinsip Dasar Video Mapping**

Menurut Rohman et al (2020), inti dari video mapping adalah projection, yaitu suatu transformasi dari satu bentuk ke bentuk yang lain. Dalam Konteks video mapping ini, yang diproyeksikan adalah scene dari video. **2** **5**

7 Perasaan terhadap kedalaman dan jarak yang terlihat dalam proyeksi itu adalah akibat dari perubahan persepsi visual yang memanfaatkan permainan cahaya dan bayangan. Banyak pembuat video menggunakan pencahayaan dan bayangan buatan untuk mencapai efek serta ilusi optik yang sesuai dengan harapan mereka. Selanjutnya menurut (Rohman, 2020), objek yang direncanakan dapat berupa motion graphic atau animasi 3D yang terdiri dari bentuk geometris, garis, atau ruang. Proyektor mengubah input-input tersebut menjadi lebih menarik dan eksploratif, seperti memutar, merotasikan, serta memberikan highlight yang menjadi objek proyeksi sebagai titik fokus yang diamati oleh audiens. **2** **7** Secara ringkas, prinsip yang terdapat dalam video mapping adalah sebagai berikut: (SHAPE, LINE, SPACE) + (LIGHT & SHADOW) -> OPTICAL ILLUSION -> CHANGING PERCEPTION OF FORM **2.4** **2 Tahapan Perancangan Video Mapping**

Menurut Ratu et al (2018), dalam merancang video mapping membutuhkan 3 tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap pertama adalah pra produksi, dalam tahap pra produksi meliputi proses penentuan ide & tema, pengumpulan data, dan storyboard. Dalam tahap pra-produksi dimulai dengan penentuan ide dan tema, yaitu

perencanaan cerita yang akan diangkat. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang mendukung tujuan penelitian, yang terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang didapatkan melalui sumber secara langsung di lapangan, sedangkan data sekunder merupakan informasi yang didapat melalui studi literatur, yang meliputi buku, jurnal, serta internet yang relevan dengan penelitian. Selanjutnya, konsep cerita divisualisasikan melalui storyboard, berupa kumpulan gambar dan penjelasan audio dan durasi. Storyboard akan membantu memperjelas dan mengarahkan dalam proses pembuatan animasi 3D. Selanjutnya, tahap produksi. Dalam tahap ini, meliputi proses pembuatan maket, pemetaan maket, animating, dan rendering. Proses dimulai dengan membuat maket, yaitu model objek yang akan diproyeksikan menggunakan proyektor LCD. Maket dapat terbuat dari bahan, seperti cardboard dan styrofoam. Lalu, dilanjutkan dengan pemetaan maket, yaitu pengukuran jarak antara proyektor LCD dengan maket, termasuk tinggi, panjang, serta posisi stabil proyektor. Tahap berikutnya adalah animating, yang melibatkan penambahan efek animasi pada video yang akan digabungkan dalam video mapping. Lalu, dalam tahap produksi akan diakhiri dengan rendering, yaitu menggabungkan animasi yang telah selesai dengan animasi lainnya untuk menghasilkan satu video mapping (Ratu et al., 2018). Tahap terakhir adalah pasca produksi. Dalam tahap ini, meliputi proses final editing, final rendering, dan animasi video mapping. Proses dimulai dari final editing, yaitu mengoreksi alur cerita agar sesuai dengan storyboard dan hasil yang diharapkan. Setelah itu, melakukan final rendering, yaitu menggabungkan hasil file compositing dengan editing menjadi satu film animasi. Terakhir, pada tahap animasi video mapping, animasi akan ditampilkan sesuai dengan konsep dan tujuan yang telah dirancang (Ratu et al., 2018).

2.4.3 Peralatan Video Mapping

Dalam memproduksi video mapping, terdapat beberapa peralatan yang digunakan, antara lain: 1. **43** Proyektor LCD (Liquid Crystal Display) Proyektor LCD merupakan teknologi dalam proyektor digital.

Perangkat ini berperan untuk memperbesar tampilan gambar agar terlihat jelas pada layar. Proyektor sebagai alat output memproyeksikan gambar ke permukaan sebagai layar presentasi. Proses buka-tutup pada setiap pikselnya yang akan membentuk gambar untuk diproyeksikan (Rompas et al., 2019). Proyektor dengan ukuran 5700 ansi lumens merupakan proyektor standar yang cukup untuk memproyeksikan hingga ukuran 3m x 4m. Selain itu, output cahayanya dapat dipastikan terlihat terang bahkan saat di luar ruangan pada malam hari, serta menghasilkan warna yang maksimal (Sya'Roni & Pramonojati, 2014) Video mapping dengan skala besar pastinya menggunakan proyektor yang memiliki spesifikasi yang tinggi, contohnya video mapping di candi prambanan. Dilansir dari (Siaran Pers, 2016), Epson menggunakan 14 unit proyektor yang dirancang khusus untuk proyeksi skala besar dalam video mapping di candi prambanan. Fasad candi prambanan yang merupakan batu alam dan tidak memiliki permukaan berwarna putih, menjadi salah satu tantangan utama dalam pertunjukan video mapping. Proyektor yang digunakan adalah proyektor 3LCD Laser EB-L1505U dengan tingkat kecerahan hingga 12.000 ANSI lumens, serta Proyektor 3LCD EB-Z10000 dan EB-Z11000 yang memiliki tingkat kecerahan hingga 11.000 ANSI lumens. Teknologi proyektor ini menghasilkan proyeksi visual yang tajam dengan warna cerah dan natural, yang menjadi ciri khas teknologi Epson. Gambar 2 9 Proyektor 3LCD Laser EB-L1505U (Sumber : <https://www.solusisuksespratama.co.id/high-brightness-projector/epson-eb%E2%80%911505u/>) 2. Maket Maket merupakan bangunan yang dirancang untuk mempermudah visualisasi hasil desain, baik secara struktur, interior, eksterior, maupun site plan. Umumnya dibuat dari bahan, seperti kayu, kertas, styrofoam, dan material lainnya (Rompas et al., 2019). Gambar 2 10 Contoh Maket (Sumber : <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjournal.unsrat.ac.id%2Findex.php%2Finformatika%2Farticle%2Fdownload%2F28105%2F27575&psig=AOvVaw0Lr9X7eOlc>) 3. Komputer Dalam proses pembuatan video mapping, perangkat komputer memiliki peran penting untuk

memastikan bahwa seluruh elemen visualisasi dapat berjalan dengan lancar. Video mapping, yang melibatkan simulasi animasi kompleks, rendering 3D, serta sinkronisasi waktu nyata dengan proyektor, memerlukan komputer dengan spesifikasi yang mumpuni. Dilansir dari (Lyzvisual, 2023) Video mapping memerlukan spesifikasi komputer atau laptop yang tepat untuk memastikan performa optimal dalam menjalankan perangkat lunak dan memproyeksikan konten dengan baik. Untuk kebutuhan ini, perangkat lunak Resolume Arena sering digunakan sebagai acuan karena spesifikasinya yang memenuhi kebutuhan teknis video mapping. **4** Spesifikasi minimum untuk menjalankan Resolume Arena meliputi sistem operasi Windows 7, RAM 4GB, kartu grafis dengan memori minimal 2GB, dan prosesor berkecepatan 2,0 GHz. Namun, untuk hasil yang lebih baik, disarankan menggunakan perangkat dengan prosesor Intel i7 berkecepatan 2,6 GHz, RAM 16GB, SSD untuk penyimpanan, dan kartu grafis dengan memori 8GB. Sistem operasi yang direkomendasikan adalah Windows 10 atau macOS Mojave. Resolusi konten menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kebutuhan perangkat keras. **4** Misalnya, untuk memutar animasi 4K, spesifikasi yang direkomendasikan mencakup prosesor i7, kartu grafis dengan memori 8GB, RAM 16GB, dan SSD. Sementara itu, untuk konten dengan resolusi lebih rendah, seperti Full HD (1080p), spesifikasi dapat sedikit diturunkan ke prosesor i5, kartu grafis dengan memori 2/4GB, RAM 8GB, dan SSD. Selain resolusi konten, jumlah konten yang dimainkan secara bersamaan juga memengaruhi kebutuhan spesifikasi. **4** Jika banyak konten diputar, terutama dengan resolusi tinggi, diperlukan perangkat dengan prosesor berkecepatan dasar lebih dari 3,8 GHz, RAM lebih dari 16GB, dan kartu grafis dengan memori 8GB untuk memastikan kinerja tetap optimal. Jumlah output display atau proyektor juga menjadi pertimbangan penting. VGA Card yang digunakan harus mampu menangani resolusi total dari semua proyektor. Sebagai contoh, untuk tiga proyektor dengan resolusi masing-masing 1024×768 piksel dan satu monitor 1920×1080 piksel, diperlukan kartu grafis seperti NVIDIA RTX 3060 Ti yang mampu menangani resolusi hingga 8K. Durasi penggunaan

video mapping juga berdampak pada kebutuhan perangkat keras. Acara dengan durasi pendek biasanya memanfaatkan laptop karena portabilitasnya, sedangkan instalasi jangka panjang membutuhkan PC dengan komponen yang lebih tahan lama, sistem pendingin yang baik, dan daya tahan performa yang tinggi. Semua faktor ini perlu diperhitungkan untuk memastikan perangkat dapat mendukung kebutuhan video mapping dengan lancar.

2.4.4 Perangkat Lunak

Pemilihan perangkat lunak tergantung pada jarak proyeksi dan objek yang digunakan untuk pemetaan proyeksi. Setiap perangkat lunak memiliki perbedaannya masing-masing baik dalam jarak tembak maupun proses pengoperasiannya (Surya & Adi, 2018). Perangkat lunak yang biasa digunakan dalam perancangan video mapping, yaitu:

1. Resolume Arena, yaitu perangkat lunak sederhana, namun dapat digunakan sebagai alat pemutaran pemetaan proyeksi yang cukup canggih. Dengan perangkat lunak tersebut dapat dengan mudah memetakan objek. Selain itu, perangkat lunak ini juga mempunyai jarak proyeksi yang cukup jauh yaitu mencapai 16m x 16m (Surya & Adi, 2018).

Gambar 2 11 Resolume Arena (Sumber : <https://images.app.goo.gl/viv4HeQGHDpAnsPm8>)

2. Adobe After Effect, yaitu perangkat lunak profesional untuk kebutuhan Motion Graphic Design. Perangkat lunak ini dapat digunakan untuk menangkap, melacak, melakukan rotoscoping, mengomposisi, dan menganimasikan dalam efek visual digital, grafik gerak, dan aplikasi pengkomposisian. Ia juga berfungsi sebagai editor non-linear, editor audio, dan transcoder media yang sangat sederhana. (Kowel et al., 2023).

Gambar 2 12 Adobe After Effect (Sumber : <https://www.techradar.com/pro/software-services/adobe-after-effects-2024-review>)

2.4.5 Audio

Audio merupakan salah satu unsur penting yang berperan untuk menciptakan sistem komunikasi yang memanfaatkan bentuk suara, seperti sinyal frekuensi listrik yang dapat mentransmisikan unsur-unsur suara. Menurut Sudjana & Rivai (2007) dalam bukunya berjudul "Teknologi Pengajaran", mengatakan media audio juga dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan informasi, termasuk pesan dalam bentuk audio. Media

jenis ini berguna karena dapat menarik minat, ide, emosi, dan keinginan pendengar (Ichsan et al., 2021). 2.4.6 Animasi Menurut Munir (2012) dalam bukunya berjudul “MULTIMEDIA Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan , Animasi merupakan gambar tetap atau biasa disebut dengan still image yang disusun secara berurutan serta direkam menggunakan kamera. Sedangkan menurut Vaughan (2011) animasi adalah sebuah teknik untuk membuat gambar still menjadi hidup. Pendapat lain juga menyatakan bahwa Animasi menjadikan visualisasi yang lebih hidup dan menarik serta dapat membantu memahami konsep yang kompleks dengan lebih efektif (Ardian & Munadi, 2015).

21 1. Animasi 2D Jenis animasi ini lebih dikenal sebagai film kartun, yang pembuatannya menggunakan teknik animasi gambar tangan (hand-drawn animation) atau animasi sel (cell animation), baik dengan cara digambar langsung pada film maupun secara digital.

Jenis animasi ini memiliki karakter visual yang bersifat flat atau dua dimensi. Dilihat dari segi teknis pembuatannya, terdapat dua metode, yaitu manual dan digital (Rompas et al., 2019).

55 2. Animasi 3D Menurut Hendratman (2015) dalam bukunya yang berjudul 1 “The Magic of Blender 3D Modelling, mengatakan bahwa animasi 3D adalah menciptakan gambar yang bergerak dalam sebuah ruang digital 3 dimensi (Haryanto & Haan, 2022). Disebut

animasi 3 dimensi karena jenis animasi ini memiliki sifat kedalam atau depth pada objek yang halus, pencahayaan yang realistis, serta kesan ruang yang lebih nyata jika dibandingkan dengan dua dimensi (Rompas et al., 2019). 2.4.7 Motion Graphic Menurut Betancourt (2020) dalam bukunya berjudul “The History of Motion Graphics , mengatakan motion graphic memiliki dua metode, yaitu dengan menggerakkan gambar, atau menggabungkan sequence gambar- gambar yang memiliki kontinuitas sehingga dapat terlihat bergerak. Motion graphic merupakan elemen yang penting untuk membuat audience tidak merasa bosan dalam melihat sebuah visual. Penggunaan metode pembuatan Motion graphic umumnya menggunakan metode frame by frame. Motion graphic dapat memberikan informasi maupun pesan yang ingin disampaikan dengan dinamis dan efektif. Teks, tipografi,

dan grafis juga termasuk dalam motion graphic. Motion graphic juga biasanya dikombinasikan dengan audio dan umumnya ditampilkan pada media elektronik. Menurut Roberts (2018), proses produksi motion graphic terdiri dari beberapa tahapan utama, yaitu penulisan script, pembuatan style frame, perekaman voice over (VO), pemilihan musik, pembuatan thumbnail dan storyboard, penyusunan animatic, hingga tahap terakhir akhir, yaitu animation. Menurut Ronfard et al. (2022) dalam bukunya berjudul “The Prose Storyboard Language: A Tool for Annotating and Directing Movies (Version 2.0, Revised and Illustrated Edition)”, langkah awal dalam pembuatan motion graphic adalah pada tahap pra-produksi, yaitu mencakup riset untuk memahami topik yang akan diangkat, diikuti dengan penulisan naskah, penyusunan storyboard, serta perancangan konsep visual dan audio yang meliputi gaya ilustrasi, palet warna, dan mood suara. Menurut Hadi et al. (2023), pada tahap produksi dilakukan pembuatan elemen visual berupa aset, seperti karakter, ikon, background, dan teks. Setelah itu, dilakukan pengumpulan dan penerapan audio yang relevan untuk memperkuat pesan visual. Seluruh aset visual kemudian dianimasikan menggunakan software, dengan penyesuaian timing berdasarkan audio agar tercipta sinkronisasi antara elemen visual dan audio. Pada tahap pasca-produksi meliputi penyelarasan akhir antara audio dan visual, serta proses editing dan mixing audio untuk memastikan kualitas suara yang seimbang dan mendukung penyampaian pesan visual.

2.5 Struktur Tiga Babak (Three Act Structure)

Struktur tiga babak adalah salah satu bentuk penyusunan cerita dalam skenario yang sering digunakan, karena mencerminkan prinsip dasar dalam penceritaan, yakni bahwa setiap cerita memiliki bagian awal, tengah, dan akhir. (Pratista, 2008). Secara umum, struktur tiga babak membagi alur cerita menjadi tiga bagian utama yang disebut sebagai tahap pengenalan, tahap pengembangan konflik, dan tahap penyelesaian (Kristianto & Goenawan, 2021). Sebuah naskah akan terasa lebih hidup jika mampu menghadirkan ketegangan dramatis melalui penggunaan struktur naratif tiga babak (Juwita et

al., 2021). 2.6 Visualisasi Objek Wisata Kota Semarang Menurut Kard et al., (1999) dalam bukunya yang berjudul "Readings in Information Visualization, using vision to think", mengatakan visualisasi merupakan penggunaan teknologi komputer untuk merepresentasikan data yang interaktif dalam bentuk visual dengan tujuan untuk memperkuat proses pemahaman dan pengamatan. Berdasarkan data di atas menyatakan bahwa visualisasi merupakan suatu teknik penggunaan komputer dengan tujuan untuk menemukan metode terbaik dalam merepresentasikan data. Teknik ini memungkinkan penulis untuk mengamati simulasi dan komputasi yang sebelumnya sulit untuk terlihat, serta dapat memperkaya proses penemuan ilmiah dan mengembangkan pemahaman yang lebih dalam, salah satu contohnya adalah dengan menampilkan informasi atau data dalam bentuk gambar, contoh : grafik, struktur free, pola, warna. Beberapa tujuan dari visualisasi adalah: 1. Mengeksplorasi Eksplorasi merujuk pada kegiatan untuk menjelajahi hal baru. Dalam konteks visualisasi, mengeksplor dapat dalam bentuk menjelajahi data atau informasi yang ada dan dapat digunakan sebagai elemen untuk mengambil keputusan. 2. Menghitung Menghitung adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai dimensi atau bentuk dari suatu objek. Dalam visualisasi, menghitung dapat diartikan sebagai sebuah proses analisis suatu data yang sudah dihitung dan disajikan dalam bentuk gambar seperti grafik atau tabel sehingga penulis hanya perlu untuk mengambil keputusan berdasarkan data yang sudah dihitung. 36 3. Menyampaikan Data mentah yang telah diolah dan disajikan dalam bentuk grafik atau tabel adalah contoh penyampaian informasi secara visual. Pendekatan visualisasi ini dapat mempermudah pemahaman penulis karena data yang disajikan dalam bentuk grafik lebih mudah untuk dimengerti, tidak rumit, dan dapat langsung menyampaikan inti dari sebuah informasi yang ingin disampaikan. 2.6 12 33 1 Ilustrasi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata ilustrasi didefinisikan sebagai gambar, foto, dan lukisan untuk memperjelas isi suatu karangan atau buku. Tujuan dari ilustrasi juga berbeda dengan gambar, ilustrasi membantu untuk

merangsang imajinasi pembaca sehingga pembaca mendapatkan informasi yang jelas dan tidak membayangkan sendiri bentuk dari informasi yang dibaca. Ilustrasi juga dapat membantu pembaca memahami pesan yang ingin disampaikan (Thabroni, 2020). Menurut Anas et al. (2018)

Ilustrasi merupakan sebuah gambar yang dibuat untuk menjelaskan informasi dengan cara memberikan representasi visual. Inti dari ilustrasi terletak pada pemikiran, ide, dan konsep yang mendasari pesan yang ingin disampaikan melalui gambar. **52** Tugas ilustrator adalah menghidupkan atau mewujudkan tulisan dalam bentuk visual. Mereka menggabungkan pemikiran

analitis dan keterampilan praktis untuk menghasilkan sebuah gambar yang menyampaikan pesan yang jelas. Ada beberapa gaya ilustrasi yang digunakan dalam visualisasi Kota Semarang, yaitu : 1. **2 10 12** Ilustrasi Naturalis Ilustrasi naturalis merupakan sebuah gambar yang dibuat dan memiliki bentuk hingga warna yang sama dengan kondisi sesuai kenyataan yang ada di alam tanpa pengurangan atau penambahan unsur apapun (Sari et al., 2022).

Ilustrasi naturalis yang digunakan dalam visualisasi objek wisata di Semarang ini bertujuan untuk menggambarkan suasana dan bentuk asli dari objek wisata yang ada di Kota Semarang. Wisatawan dapat membayangkan keindahan tempat wisata dan mendapatkan informasi yang jelas tentang objek wisata yang ada di Kota Semarang. Gambar 2 13

Ilustrasi Lawang Sewu (Sumber : https://www.freepik.com/premium-vector/lawang-sewu-vector-illustration_31185625.htm) 2. **10** Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi dekoratif adalah gambar yang berfungsi untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dilebih lebihkan dan dibuat dengan style atau gaya tertentu (Soedarso, 2014). Ilustrasi dekoratif dalam visualisasi objek wisata di Kota Semarang bertujuan menggunakan elemen grafis untuk menambah daya tarik. Penggunaan elemen grafis dapat menciptakan tampilan yang menarik, memikat perhatian wisatawan, dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dengan memanfaatkan desain dekoratif yang menarik, ilustrasi dapat menyampaikan identitas lokal dan kekayaan budaya yang ada di kota Semarang, memberikan pengalaman

visual yang menyenangkan, serta menambah nilai estetika pada destinasi wisata yang dipromosikan. Gambar 2 14 Ilustrasi Klenteng Sam Poo Kong (Sumber: https://www.freepik.com/premium-vector/illustration-sam-poo-kong-semarang-indonesia-landmark_13850222.htm) 3. Ilustrasi Minimalis Dilansir dari laman (metamorphosys2, 2023), Ilustrasi dengan gaya minimalis menekankan kesederhanaan dengan hanya menggunakan elemen-elemen esensial untuk menyampaikan pesan atau konsep. Pendekatan ini menghilangkan detail yang tidak perlu, fokus pada bentuk dasar, ruang kosong, dan palet warna terbatas untuk menciptakan visual yang bersih dan efektif.

Gambar 2 15 Ilustrasi Candi Gedong Songo (Sumber : https://www.behance.net/gallery/95248553/Candi-Gedong-Songo-Temple-Line-Art-Flat-Illustration?tracking_source=search_projects|gedong&l=13)

2.6.2 Warna Salah satu elemen penting dalam visualisasi desain adalah warna. Warna dapat menarik sebagian besar perhatian mata dengan visual audience, sehingga menciptakan peluang interaksi dengan audience. Warna digunakan untuk menarik perhatian karena memengaruhi psikologi dan emosi audience (Pradika et al., 2020) Menurut Paksi (2021), warna adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, perkembangan teknologi dan seni visual. Pada pencampuran warna aditif, warna cahaya yang disebut spektrum, sedangkan pada pencampuran warna subtraktif, warna zat pada bahan disebut pigmen.

Selain itu, warna memiliki makna filosofis, simbolis, dan emosional yang relevan dengan interpretasi psikologi warna. Dalam visual seni, warna merupakan salah satu unsur dasar yang melengkapi unsur lain, seperti garis, bentuk, corak, pola, dan tekstur. Gambar 2 16 Color

Theory (Sumber: <https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/color-theory-mengungkap-keajaiban-warna-dalam-desain-yang-memukau/>) 2.6.3 Tipografi Menurut Pujiyanto (2013), Tipografi adalah pemilihan, pengklasifikasian, penataan dan susunan harmonis dari karakter-karakter yang divisualisasikan dalam berbagai media serta mempunyai makna tersendiri, yang meliputi headline, sub headline, dan body text (Hermanto, 2018). Sedangkan menurut Patria

(2022) tipografi merupakan elemen desain yang informatif, ekspresif, simbolis, dan estetis yang menjadi tujuan utama, yaitu membantu penerima informasi dalam memahami pesan dengan jelas (Widiantoro et al., 2018). Fungsi utama dari tipografi adalah membuat teks menjadi bermanfaat dan mudah digunakan. Menurut Pradika et al. (2020) Inti dari elemen visual tipografi adalah tentang kemudahan dalam membaca dan kemudahan dalam mengenali setiap huruf atau kata. Penggunaan elemen tipografi dalam visualisasi desain dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan (Widiantoro et al., 2018). Dalam konteks memvisualisasikan ikon Kota Semarang, elemen tipografi dapat menampilkan informasi sejarah dan budaya terkait wisata Kota Semarang, dengan menggunakan jenis huruf yang dapat menyampaikan pesan dari karakteristik dan keunikan objek tersebut.

2.7 Kesimpulan Literatur

Tabel 2. 1 Kesimpulan Literatur Objek Teknik Pengambilan Gambar Ikonik Tema Gaya Visual

Tone/ Warna Lawang Sewu Low Angle - Pintu-pintu berjejer
- Jendela kaca - Mistis - Bersejarah - Megah - Still Image -
Ilustrasi Klasik Kota Lama - Low Angle - Bird Eye - Gereja Blenduk - Bangunan Eropa tua - Nostalgia - Klasik - Eropa tempo dulu - Still Image - Ilustrasi - Klasik - Penuh Warna Candi Gedong Songo - Frog Eye - Bird Eye Candi di lereng gunung dengan kabut
- Budaya - Alam - Sakral - Still Image - Ilustrasi Kehijauan Klenteng Sam Poo Kong Low Angle - Patung Cheng Ho - Gerbang merah
- Spiritual - Oriental - Historis - Still Image - Ilustrasi Khusus Tiongkok Simpang Lima Bird Eye Bundaran tengah & keramaian malam hari - Urban - Ramai - Dinamis Still Image Natural

2.8 Kerangka Berpikir Gambar 2.17 Kerangka Berpikir

BAB III METODOLOGI DESAIN

3.1 Sistematis Perancangan Gambar 3.1 Sistematis Perancangan

3.2 Metode Pencarian Data

Pengumpulan data dalam perancangan karya tugas akhir ini dilakukan menggunakan metode kualitatif. Menurut Ramdhan (2021) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis, yang memperoleh

data utama dari wawancara dan observasi. **45** Penelitian ini berfokus melalui tiga metode utama yaitu wawancara, studi literatur, dan observasi. Ketiga metode ini digunakan secara terpadu untuk mendapatkan informasi mendalam yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan karya video mapping, baik dari sisi teknis, visual, maupun konteks kultural. Dalam penelitian ini, penulis melaksanakan beberapa langkah berikut: 1. Wawancara Penulis melakukan wawancara dengan partisipan yang memiliki pengalaman langsung dalam memproduksi video mapping, yaitu tim dari Production House LZY. Tim ini telah terlibat dalam berbagai proyek video mapping di berbagai daerah. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terkait tahapan produksi video mapping, mulai dari pengembangan konsep visual, pemilihan media, desain konten, proses instalasi, hingga proyeksi. Selain itu, wawancara ini juga akan memperoleh wawasan tentang tantangan pendekatan artistik dan praktik profesional di bidang ini. 2. Studi Literatur Studi literatur dilakukan untuk memperkuat landasan teoritis dan konseptual dalam perancangan karya video mapping. Sumber yang dikaji meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, serta dokumen digital yang berkaitan dengan teknologi, desain visual, dan teori penciptaan karya digital. Studi literatur ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan teoritis dalam proses perancangan serta mendukung keputusan visual dan naratif yang akan diterapkan. Melalui studi literatur, penulis memperoleh wawasan mengenai pengembangan video mapping dan konsep utama dalam desain visual, hingga strategi penyampaian pesan melalui audio-visual. Hasil dari studi literatur ini menjadi dasar dalam penyusunan konsep karya yang efektif, kuat secara visual, serta memiliki nilai komunikatif yang tinggi. 3. Observasi Observasi dilakukan secara daring melalui berbagai platform media sosial, seperti Instagram, YouTube, dan forum komunitas kreatif yang membahas video mapping. Selain itu, penulis juga mengamati dokumentasi proyek video mapping dari situs web penyelenggara atau produsen karya. Observasi ini bertujuan untuk memahami respon

audiens terhadap karya video mapping, mengenali tren visual yang sedang berkembang, serta mempelajari bagaimana pelaku industri menggunakan media sosial untuk mempromosikan karya mereka. Penulis juga mengamati bentuk kolaborasi, tantangan produksi, dan bagaimana media sosial dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

3.3 Analisis Data

3.3.1 Wawancara

Proses wawancara dilakukan dengan narasumber bernama Tedi Mursalat Farqo, S.T., M.Ds merupakan founder dan chief of marketing di Production House LZY, sebuah agency yang berfokus pada multimedia, khususnya dalam bidang video mapping. Dalam wawancara yang dilakukan secara daring melalui Google Meet. Dalam penjelasannya, narasumber menyampaikan bahwa LZY berawal dari komunitas kecil yang terbentuk semasa kuliah. Berbekal pengalaman mengikuti workshop dan praktik mandiri di lingkungan kampus, mereka mulai berkembang secara profesional melalui undangan proyek-proyek dari senior yang telah bekerja di industri kreatif. Dalam kurun waktu sekitar tiga tahun, LZY mulai mendapatkan proyek berskala besar, baik di ruang indoor maupun outdoor, hingga karya mereka dikenal luas. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 16 April 2025 pukul 08.00 WIB. Hasil wawancara:

1. Peran Maket dan Pra-Produksi Dalam proses produksi video mapping, maket, atau miniature objek fisik memiliki peran penting sebagai bagian dari tahap pra-produksi. Narasumber menyebutkan bahwa elemen bidang menjadi salah satu dari empat elemen utama dalam pembuatan karya video mapping. Penggunaan maket digunakan untuk menyelaraskan konsep konten visual dengan bentuk bangunan atau bidang proyeksi yang sesungguhnya. Skala maket yang umum digunakan berkisar antara 1:100 hingga 1:200, tergantung pada ukuran gedung dan ruang kerja yang tersedia. Walau maket tidak digunakan untuk menguji pencahayaan atau proyeksi akhir, namun sangat membantu dalam menyesuaikan komposisi visual sebelum memasuki tahap teknis lapangan.
2. Teknik Pengukuran dan Skala Untuk keperluan pemetaan ke gedung sesungguhnya, ukuran dan denah tampak depan bangunan menjadi hal utama yang harus

diperoleh. Pengukuran dapat dilakukan secara manual di lapangan maupun melalui bantuan peta digital, seperti Google Maps. Hal ini bertujuan agar konten visual dapat menyesuaikan secara presisi dengan bidang proyeksi yang sebenarnya.

3. Pemilihan Proyektor Dalam pelaksanaan video mapping, proyektor menjadi salah satu alat utama. LZY kini menggunakan teknologi proyektor berbasis laser karena dinilai lebih efisien dan tahan lama dibanding proyektor berbasis lampu. Di area luar ruangan, kondisi pencahayaan sekitar menjadi faktor penting dalam menentukan kebutuhan lumens. Misalnya, di area yang minim cahaya seperti Kota Tua Jakarta, proyektor dengan 10.000 hingga 12.000 lumens sudah cukup ideal. Sementara untuk area yang lebih terang atau dekat jalan raya, diperlukan penyesuaian lebih lanjut. Selain itu, pemilihan lensa proyektor juga disesuaikan dengan posisi dan jarak bidang proyeksi, baik menggunakan lensa standar, short throw, maupun long throw, tergantung pada kondisi lokasi.

4. Fungsi Video Mapping Video mapping pada dasarnya merupakan bentuk hiburan visual yang paling efektif jika dikombinasikan dengan penyelenggaraan acara. Narasumber menyampaikan bahwa video mapping akan lebih berdampak jika menjadi bagian dari event besar seperti festival, konser, atau kampanye peluncuran. Momentum penyelenggaraan juga harus diperhatikan, sebab frekuensi yang terlalu sering justru dapat menurunkan nilai keunikan dan daya tarik visualnya. Sebagai contoh, dalam event seperti Jakarta Light Festival yang hanya berlangsung satu atau dua kali dalam setahun, video mapping menjadi highlight utama yang ditunggu-tunggu oleh pengunjung.

3.3.2 Observasi Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik video mapping di ruang publik implementasinya dalam konteks acara besar, penulis melakukan secara langsung di lapangan maupun melalui dokumentasi daring. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi teknis pelaksanaan, bentuk visualisasi, serta konteks acara yang melibatkan video mapping sebagai bagian dari pertunjukan. Berikut adalah hasil dari observasi tersebut:

1. Observasi Lapangan a. Jakarta Light

Festival 2025 di Lapangan Banteng Observasi lapangan dilakukan pada acara Jakarta Light Festival 2025 yang diselenggarakan di Lapangan Banteng, Jakarta. Salah satu instalasi video mapping yang diamati memiliki ukuran proyeksi sekitar 3x2 meter dan diproyeksikan dari jarak kurang lebih 3 meter menggunakan proyektor dengan kekuatan sekitar 30.000 lumens. Instalasi ini menunjukkan bahwa penggunaan proyektor dengan lumens tinggi diperlukan untuk menghasilkan visual yang terang dan jelas, terutama di ruang terbuka yang memiliki pencahayaan sekitar. penulis juga mengamati proyektor video mapping pada Monument West Liberation yang terletak di tengah Lapangan Banteng. Proyeksi ini dilakukan dari belakang podium lapangan dengan jarak sekitar 80 meter menggunakan empat proyektor yang disusun menjadi satu untuk meningkatkan kecerahan detail visual. Gambar 3 2 Proyektor Video Mapping pada Monument West Liberation Monumen tersebut memiliki tinggi total mencapai 36 meter, dengan tinggi 11 meter dan pedestal setinggi 20 meter. Penggunaan beberapa proyektor ini bertujuan untuk mengatasi tantangan pencahayaan di ruang terbuka dan memastikan visualisasi yang optimal. Gambar 3 3 Video Mapping Jakarta Light Festival di Lapangan Banteng

Pertunjukan video mapping ini berdurasi sekitar 5 menit dan dikombinasikan dengan pertunjukan cahaya (light show) yang menampilkan visual bergaya futuristik dan colorfull, disertai dengan musik berdentum tinggi yang menciptakan suasana megah. Acara ini diselenggarakan dalam rangka memperingati Hari Ulang Tahun (HUT) Jakarta ke-498. Penonton yang hadir terdiri dari berbagai kalangan, termasuk anak muda dan keluarga, menunjukkan bahwa acara ini dirancang untuk menarik berbagai segmen masyarakat. Selama tiga hari pelaksanaan acara, penulis juga mengamati penggunaan dua pohon sebagai media proyeksi video mapping, menunjukkan bahwa berbagai benda dapat dimanfaatkan sebagai bidang proyeksi dengan tujuan tertentu. Acara ini juga dimeriahkan dengan konser dari beberapa artis setiap harinya dan berlangsung dari pukul 17.00 hingga 23.00 WIB, dengan pertunjukan video mapping ditampilkan

sebanyak dua kali setiap malam. Dari observasi ini, dapat disimpulkan bahwa video mapping berperan sebagai elemen hiburan dalam sebuah acara dan bukan sebagai pertunjukan tunggal, melainkan melibatkan kolaborasi dengan berbagai artis visual. b. Video Mapping Gambar 3 4 Pembuatan Aset Visual Menggunakan Adobe After Effect Observasi dilakukan secara mandiri. Eksperimen dilakukan di rumah. 49 Proses dimulai dengan pembuatan aset visual menggunakan software Adobe After Effects. Di dalam After Effects ditemukan berbagai efek visual yang dapat digunakan untuk menciptakan elemen visual dan lighting object. Visual terdiri dari kombinasi lining object dan efek visual dinamis. Gambar 3 5 Dilanjutkan Menggunakan Software Resolume Arena Setelah aset selesai, proses dilanjutkan ke software Resolume Arena. Software digunakan untuk proses video mapping. Media proyeksi menggunakan proyektor merk Infocus dengan kekuatan 3000 lumens. Proyeksi diarahkan ke papan tulis berukuran 150 x 90 cm. Jarak antara proyektor dengan media proyeksi sekitar 2 hingga 3 meter. Hasil proyeksi cukup jernih. Ketajaman visual tergolong baik dalam kondisi ruang minim cahaya. Dalam Resolume Arena tersedia berbagai efek bawaan. Contoh efek: auto BPM, lining saber otomatis, dan fitur real-time lainnya. Proses mapping dilakukan dengan fitur slice tool. Slice digunakan untuk memotong dan menyesuaikan bentuk video dengan bidang proyeksi. Setelah slice terbentuk, titik-titik sudut dapat diatur agar sesuai dengan bentuk media proyeksi. Sebagai acuan visual, digunakan foto bangunan Museum Fatahillah. Foto digunakan karena maket fisik belum tersedia. Tampilan antarmuka Resolume Arena menyerupai software editing video. Tersedia layer, blending mode, dan berbagai fitur pendukung lainnya. Fitur-fitur tersebut mendukung proses kreatif dalam produksi video mapping secara lengkap dan efisien. Setelah tahapan ini, dibuatlah maket fisik bangunan Lawang Sewu sebagai media proyeksi berikutnya. Maket ini dibuat menyerupai bentuk asli bangunan, yaitu berbentuk huruf V. Eksperimen awal dilakukan dengan menggunakan satu buah proyektor yang diletakkan di bagian

tengah depan maket. Secara teknis, konten visual yang telah disiapkan sebelumnya dapat disesuaikan agar mengikuti bentuk bangunan. Namun, penggunaan satu proyektor menyebabkan terjadinya distorsi tampilan visual. Distorsi tersebut tampak dalam bentuk stretching gambar, terutama pada bagian tembok dan jendela. Hasil mapping menunjukkan bahwa proyeksi di area jendela atas dan bawah tidak presisi, sehingga tidak sepenuhnya menyatu dengan bentuk arsitektural maket. Hal ini menjadi salah satu catatan penting bahwa untuk media proyeksi dengan bentuk melengkung atau sudut banyak seperti Lawang Sewu, penggunaan lebih dari satu proyektor sangat disarankan demi akurasi dan presisi. Gambar 3 6

Sketsa LAyput Penerapan Proyektor Melanjutkan eksperimen sebelumnya, dilakukan pengujian lanjutan dengan menggunakan dua buah proyektor. Masing-masing proyektor diarahkan secara sejajar dan disesuaikan dengan kemiringan dari masing- masing sisi tembok bangunan Lawang Sewu. Penempatan ini bertujuan untuk mencakup sisi kiri dan kanan dari struktur maket yang berbentuk huruf U, yang sebelumnya sulit dijangkau secara presisi dengan satu proyektor saja. Gambar 3 7 Hasil Mapping pada Maket Bangunan Lawang Sewu Hasil dari penggunaan dua proyektor menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas dan akurasi proyeksi visual. Tidak terjadi lagi distorsi seperti stretching gambar yang sebelumnya muncul saat hanya menggunakan satu proyektor di bagian tengah. Visual yang diproyeksikan dapat mengikuti bentuk bidang bangunan dengan lebih tepat, termasuk detail-detail seperti jendela bagian atas dan bawah yang sebelumnya sulit disejajarkan. Penggunaan dua proyektor juga memungkinkan pembagian konten visual secara lebih efisien melalui fitur layer dan slice di Resolume Arena. Setiap sisi maket dapat di mapping secara independen, sehingga proses penyesuaian menjadi lebih fleksibel. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa dalam video mapping terhadap maket bangunan kompleks seperti Lawang Sewu, penggunaan multi-proyektor menjadi solusi teknis yang efektif untuk menjaga proporsi dan kejelasan visual.

2. Observasi Online a. Jakarta Light

Festival 2024 di Kota Tua Jakarta Observasi online dilakukan dengan menonton dokumentasi video dari Jakarta Light Festival 2024 yang diselenggarakan di Museum Fatahillah, Kota Tua Jakarta. Pertunjukan video mapping ini melibatkan 27 visual artist atau kreator, dengan durasi total sekitar 1 jam. Setiap kreator diberikan waktu sekitar 2 menit untuk menampilkan karya mereka, masing-masing dengan gaya visual dan cerita yang berbeda. Acara ini juga diselingi dengan konser dan berlangsung pada tanggal 22-23 Juni 2024, dimulai dari pukul 18.00 WIB. Dari observasi ini, terlihat bahwa video mapping tidak hanya berfungsi sebagai pertunjukan tunggal, tetapi juga sebagai wadah bagi para kreator untuk menampilkan karya mereka sebagai media promosi. Sebagai contoh, Desa Timun, yang memiliki saluran YouTube sendiri dan sering mengunggah animasi, serta LZY yang berkolaborasi dengan Idgitaf menampilkan visualisasi lagu "Satu-satu". Hal ini menunjukkan bahwa Jakarta Light Festival menjadi platform bagi para kreator untuk mempromosikan karya mereka kepada khalayak yang lebih luas. Gambar 3 8 Karya Berjudul "du..du..du..du" oleh Aptronim Sumber: (<https://youtu.be/PC8LObe0nYE>) Salah satu karya yang diamati berjudul "du..du..du..du" oleh Aptronim. Karya ini diproyeksikan pada fasad bangunan kolonial dengan memanfaatkan elemen arsitektur seperti jendela dan atap sebagai bagian dari konten visual. Jendela digunakan sebagai bidang animasi untuk menampilkan siluet manusia. Atap diberi pencahayaan neon sebagai penegas bentuk struktur. Visual mengikuti bentuk bangunan dan tidak mengubah karakter fisiknya. Teknik ini menunjukkan bahwa video mapping bekerja dengan menyesuaikan konten dengan permukaan bangunan nyata. Gambar 3 9 Karya Berjudul "AOS" oleh Goble Sumber: (<https://youtu.be/PC8LObe0nYE>) Pada salah satu momen Jakarta Light Festival 2024, penulis mengamati sebuah karya bertajuk "AOS" yang dibuat oleh kreator visual bernama Goble. Karya ini ditampilkan dengan memanfaatkan bangunan ikonik di kawasan Kota Tua Jakarta sebagai media utama. Melalui teknik video mapping, fasad bangunan tua ini diubah menjadi

layar hidup yang menampilkan permainan cahaya bergaya neon, menciptakan pengalaman visual yang memukau bagi para pengunjung. Salah satu hal yang paling menarik perhatian adalah penggunaan gaya saber line, garis-garis cahaya tajam dan dinamis yang menyerupai efek neon. Gaya ini banyak digunakan dalam karya tersebut, baik sebagai elemen transisi antar adegan maupun sebagai pemanis visual. Dari pengamatan ini, penulis menyadari bahwa elemen saber line sudah menjadi gaya yang cukup khas dalam dunia video mapping modern karena mampu memberi kesan futuristik dan ritmis terhadap permukaan bangunan yang diproyeksikan. Gambar 3.10 Karya Berjudul "Journey to the West Best" oleh Wanara Studio Sumber: (<https://youtu.be/PC8LObe0nYE>) Karya video mapping bertajuk "Journey to the West Best" karya Wanara Studio merupakan salah satu penampilan yang mencolok secara visual dalam Jakarta Light Festival 2024. Dengan menggunakan bangunan bersejarah di Kota Tua sebagai media utama, karya ini menunjukkan bahwa video mapping tidak hanya sebatas permainan cahaya, tetapi juga bisa digunakan untuk menampilkan ilustrasi atau gambar visual yang di masking secara selektif. Dalam karya ini, proyeksi cahaya dan visual difokuskan pada bagian tembok utama bangunan, sementara bagian seperti atap dan area tertentu lainnya dibiarkan kosong. Hal ini menunjukkan bahwa seniman telah melakukan mapping secara presisi dan menyesuaikan konten visual hanya pada bidang yang dibutuhkan. Pendekatan ini menunjukkan pemanfaatan struktur arsitektural sebagai bagian dari komposisi visual, tanpa harus menerangi seluruh permukaan bangunan. Teknik masking ini efektif dalam mengarahkan fokus penonton ke elemen visual yang ditonjolkan, serta menjaga keselarasan antara konten dan bentuk bangunan. Hasilnya, visual menjadi lebih bersih, terstruktur, dan mudah dicerna, terutama ketika digunakan untuk menampilkan elemen naratif seperti karakter kartun atau motif budaya.

b. Video Mapping oleh INTERAKTA ITB di Lawang Sewu Lawang Sewu menjadi Lokasi pertunjukan video mapping yang diselenggarakan oleh INTERAKTA ITB pada tahun 2016. Kegiatan ini merupakan bagian dari

rangkaian ALSA National Seminar and Workshop (SEMWORKNAS) 2016, yang diselenggarakan oleh Asian Law Students' Association (ALSA) dan bekerja sama dengan mahasiswa dari Institut Teknologi Bandung (ITB) melalui proyek INTERAKTA. Berdasarkan isi video dokumentasi, ditampilkan beberapa nama perguruan tinggi ternama di Indonesia sebagai bagian dari rangkaian visual pertunjukan tersebut. Gambar 3.11 Video Mapping oleh INTERAKTA ITB (Sumber: https://youtu.be/to9TwnCNRA0?si=32QtFtRzd_Y6KtvD)

c. Video Mapping oleh Sembilan Matahari di Moscow, Rusia Observasi juga dilakukan terhadap pertunjukan video mapping oleh sembilan matahari yang menampilkan tema batik di Moscow, Rusia. Dalam pertunjukan ini, cerita batik yang ditampilkan tidak berfokus pada proses pembuatan batik hingga menjadi kain, melainkan menampilkan visual dengan filosofi sendiri. Alur ceritanya bersifat psikologis dan tidak menggunakan narasi sama sekali. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa konten video mapping dapat diciptakan atau divisualisasikan dari sebuah cerita, tetapi tidak selalu dengan narasi dan cerita visual yang linear. Konten video mapping dapat dibuat sebagai aksi hiburan yang di dalamnya memiliki cerita atau filosofi tersendiri.

d. Hari Ulang Tahun (HUT) Indonesia Peringatan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Indonesia dilaksanakan setiap tanggal 17 Agustus. Perayaan ini identik dengan berbagai kegiatan seperti lomba tradisional, pertunjukan seni, dan dekorasi ruang publik. Aktivitas masyarakat dalam merespons perayaan ini menunjukkan antusiasme tinggi terhadap momen simbolik tahunan. Angka usia kemerdekaan digunakan secara konsisten sebagai elemen utama dalam berbagai materi visual. Penggunaan angka ulang tahun memiliki daya tarik visual yang kuat. Elemen ini sering dijadikan fokus dalam desain spanduk, baliho, poster, dan media digital. Visualisasi angka usia menciptakan kesan perayaan yang monumental. Masyarakat menerima angka ulang tahun sebagai simbol kebersamaan, semangat nasionalisme, dan refleksi terhadap perjalanan sejarah. Peringatan ulang tahun memiliki potensi besar untuk dijadikan konten kreatif berskala luas. Perayaan tersebut membuka peluang untuk

menciptakan karya visual yang masif dan berdampak. Ulang tahun tidak hanya menjadi simbol waktu, tetapi juga dapat dikembangkan sebagai tema visual dalam sebuah event atau karya seni. Analisis terhadap fenomena ini menjadi dasar dalam pengembangan karya video mapping “SEMARANG 479”. Angka 479 digunakan sebagai titik awal dalam menyusun narasi visual yang menampilkan ikon pariwisata Semarang. Pemanfaatan angka ulang tahun bertujuan membangun daya tarik visual, memperkuat identitas kota, dan menghadirkan semangat perayaan dalam bentuk yang kontemporer.

e. Lawang Sewu Lawang Sewu merupakan salah satu ikon arsitektur bersejarah di Kota Semarang. Informasi mengenai Lawang Sewu diperoleh melalui hasil observasi dan analisis dari beberapa sumber video dokumenter di YouTube. Berdasarkan data yang ditemukan, Lawang Sewu terdiri dari beberapa gedung utama, yaitu gedung A, B, C, D, dan E. Setiap gedung memiliki fungsi dan perannya masing-masing pada masa kolonial maupun pasca-kemerdekaan. Gedung A merupakan bangunan yang paling ikonik dari keseluruhan kompleks Lawang Sewu. Bangunan ini berada tepat di sisi jalan utama dan memiliki dua menara besar yang menjadi ciri khas visual utama. ^{23 28} Di dalam gedung A terdapat elemen kaca patri yang menjadi salah satu bagian paling menarik secara visual. Posisi gedung yang menghadap langsung ke jalan menjadikan gedung A sebagai pusat perhatian dari bangunan keseluruhan. ^{3 16 35} Pada masa pendirian awal, Lawang Sewu berfungsi sebagai kantor perusahaan kereta api milik Belanda, Nederlands-Indische Spoorweg Maatschappij (NIS). ⁴² Saat pendudukan Jepang, bangunan ini digunakan sebagai kantor pusat kendaraan militer dan dijadikan markas pertahanan. Setelah Indonesia merdeka, bangunan ini sempat tidak difungsikan dan dibiarkan kosong selama beberapa waktu. Keunikan utama Lawang Sewu terletak pada jumlah pintu dan jendela yang sangat banyak. Struktur bangunan memiliki bentuk jendela besar yang menyerupai pintu. Masyarakat menyebut seluruh bukaan ini sebagai “lawang” atau pintu dalam bahasa Jawa. Jumlahnya yang sangat banyak menjadikan bangunan ini dijuluki “Lawang Sewu” atau seribu pintu



. Sebutan ini melekat hingga saat ini dan menjadi bagian dari daya tarik arsitektur dan sejarahnya. f. Candi Gedong Songo Candi Gedong Songo merupakan salah satu situs candi Hindu yang terletak di wilayah lereng Gunung Ungaran. Informasi mengenai Candi Gedong Songo diperoleh melalui analisis beberapa sumber video dokumenter di YouTube. 26 Kompleks ini terdiri dari sembilan kelompok candi yang tersebar pada area dengan ketinggian berbeda. Setiap candi berada pada tingkatan tertentu dan membentuk jalur pendakian bertahap dari bawah hingga puncak. Candi paling bawah dikenal dengan nama Candi Gedong Satu. Candi ini menjadi salah satu spot utama yang sering dijadikan latar foto oleh pengunjung. Candi paling atas disebut Candi Gedong Sembilan. Urutan candi menggambarkan struktur bertingkat yang umum dijumpai pada arsitektur candi di masa Hindu Jawa. 47 Lokasi candi berada di kawasan pegunungan yang memiliki udara sejuk dan pemandangan terbuka. Visualisasi candi sering diambil melalui teknik pemotretan bird eye view menggunakan drone. Sudut pandang ini digunakan untuk menunjukkan susunan candi secara menyeluruh dari atas. Pengambilan gambar juga dilakukan dengan sudut frog eye untuk menekankan kemegahan struktur candi dari bawah. Kedua teknik ini banyak digunakan dalam dokumentasi visual Candi Gedong Songo. Masyarakat sekitar meyakini bahwa kawasan Candi Gedong Songo memiliki nilai spiritual yang kuat. Kepercayaan terhadap tokoh-tokoh dalam kisah pewayangan seperti Hanoman masih melekat di kalangan masyarakat lokal. Unsur budaya dan kepercayaan ini menjadi bagian dari identitas kawasan candi dan memperkuat nilai sejarahnya. g. Klenteng Sam Poo Kong Klenteng Sam Poo Kong merupakan salah satu situs bersejarah yang berada di Kota Semarang. Informasi mengenai klenteng ini diperoleh melalui sumber video dokumenter di YouTube. Sam Poo Kong bukan hanya sebuah bangunan tunggal, tetapi merupakan kompleks yang terdiri dari beberapa bangunan dengan fungsi dan ciri arsitektur berbeda. 17 18 22 32 Kompleks ini terdiri dari Klenteng Besar Sam Poo Kong, Klenteng Tho Tee Kong, Klenteng Kyai Juru Mudi, Klenteng Kyai Jangkar, dan Klenteng Kyai Cundrik Bumi.

Kompleks Sam Poo Kong juga memiliki sebuah masjid yang terletak di area yang sama. Keberadaan masjid tersebut memperlihatkan akulturasi budaya dan agama yang sudah terjadi sejak lama di kawasan ini. **41** Laksamana Cheng Ho yang dikenal sebagai tokoh utama dalam sejarah klenteng ini merupakan seorang muslim yang berasal dari Tiongkok. Cheng Ho melakukan pelayaran ke berbagai wilayah Asia termasuk ke Pulau Jawa dan Semarang. Kedatangan Laksamana Cheng Ho ke Semarang menjadi salah satu bukti penting dalam catatan sejarah masuknya pengaruh Tionghoa ke wilayah pesisir Jawa. Klenteng Sam Poo Kong dibangun sebagai bentuk penghormatan terhadap perjalanan Cheng Ho. Arsitektur bangunan memperlihatkan gaya Tionghoa yang khas dengan warna merah dominan, atap melengkung, serta ornamen naga dan simbol langit. Klenteng ini juga digunakan sebagai tempat ibadah dan ziarah oleh masyarakat Tionghoa dan pengunjung yang datang. Nilai sejarah, keagamaan, dan budaya dalam kawasan ini menjadikan Sam Poo Kong sebagai salah satu ikon wisata spiritual dan bukti nyata peradaban Tionghoa di Kota Semarang. h. Kota Lama Semarang Kota Lama Semarang merupakan kawasan bersejarah yang terletak di pusat kota. Informasi mengenai kawasan ini diperoleh dari hasil observasi video dokumenter di YouTube. Kawasan ini dikenal dengan julukan “Little Netherlands” atau “Belanda Kecil”. Julukan tersebut muncul karena bangunan-bangunan yang ada memiliki gaya arsitektur khas Eropa, khususnya gaya arsitektur kolonial Belanda. Kota Lama merupakan bukti peninggalan masa kolonial yang masih terjaga hingga saat ini. Kawasan ini pernah menjadi pusat pemerintahan dan perdagangan pada masa penjajahan Belanda. Tata kota dirancang dengan sistem kanal dan blok yang menyerupai kota-kota di Eropa. Fungsi kawasan ini pada masa lalu berperan penting dalam aktivitas pelabuhan dan administrasi kolonial. Bangunan-bangunan di Kota Lama memiliki ciri khas berupa jendela besar, pintu kayu tinggi, dinding tebal, serta atap curam. Gaya arsitektur yang digunakan dikenal sebagai Indo-Eropa atau Gaya Kolonial Belanda. Elemen seperti lengkungan pada pintu dan jendela, serta ornamen sederhana namun

simetris menjadi ciri dominan. Beberapa bangunan ikonik yang masih berdiri antara lain Gereja Blenduk, Gedung Marba, dan Spiegel Bar. Kawasan ini saat ini telah direvitalisasi sebagai salah satu destinasi wisata sejarah dan budaya. Nilai arsitektur, sejarah, dan suasana yang otentik menjadikan Kota Lama sebagai salah satu ikon visual Kota Semarang. Kawasan ini sering dijadikan latar dokumentasi, fotografi, dan kegiatan seni budaya oleh wisatawan maupun masyarakat lokal. i. Simpang Lima Simpang Lima merupakan salah satu kawasan pusat kota yang menjadi ruang publik utama di Semarang. Informasi mengenai kawasan ini diperoleh dari sumber video dokumenter di YouTube. Simpang Lima dibangun sebagai pengganti alun-alun lama yang sebelumnya diserahkan kepada pihak swasta. Presiden Soekarno menunjukkan ketidaksetujuan terhadap penyerahan ruang publik kepada pihak non-pemerintah. Sebagai bentuk respon, pemerintah membangun alun-alun baru yang sepenuhnya dikelola negara. Kawasan tersebut kemudian dikenal sebagai Simpang Lima. Simpang Lima memiliki struktur lima jalan besar yang bertemu pada satu titik pusat. Tata letaknya membentuk simpangan besar yang menghubungkan berbagai arah penting di Kota Semarang. Area ini dikelilingi oleh pusat perbelanjaan, hotel, restoran, dan fasilitas umum lainnya. Ruang terbuka ini dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas masyarakat, mulai dari olahraga pagi, pertunjukan seni, hingga bazar malam. Visual kawasan ini sering diambil menggunakan teknik pengambilan gambar high angle. Pengambilan dari sudut udara digunakan untuk memperlihatkan struktur persimpangan secara menyeluruh. Komposisi lima jalan yang bertemu hanya dapat terlihat utuh dari perspektif ketinggian. Teknik ini digunakan untuk menunjukkan pola tata kota dan hubungan antar ruas jalan yang membentuk simbol visual kawasan. Kawasan ini memiliki peran sebagai pusat aktivitas sosial dan budaya di tengah kota. Visual Simpang Lima identik dengan pencahayaan malam hari, keramaian lalu lintas, dan kehidupan urban masyarakat Semarang. Lokasi ini menjadi titik temu yang merepresentasikan dinamika kota

yang aktif dan terus berkembang. Simpang Lima juga sering digunakan sebagai lokasi perayaan besar seperti malam tahun baru, festival rakyat, dan pertunjukan seni. j. Penempatan Proyektor dalam Video Mapping Penempatan proyektor merupakan aspek teknis yang sangat krusial dalam proses video mapping. Posisi, sudut, dan jumlah proyektor harus disesuaikan dengan karakteristik arsitektur bangunan yang menjadi media proyeksi. Setiap bentuk bangunan memerlukan pendekatan yang berbeda agar hasil visual yang diproyeksikan tidak mengalami distorsi dan tetap presisi mengikuti kontur permukaan. Faktor seperti bentuk bangunan (datar, sudut, atau melengkung), jumlah sisi yang akan diproyeksikan, serta jarak optimal antara proyektor dan permukaan menjadi pertimbangan utama dalam menentukan penempatan. Dalam Jakarta Light Festival 2024 yang diselenggarakan di Museum Fatahillah, penempatan proyektor dilakukan pada satu titik di tengah secara frontal, menghadap langsung ke fasad utama bangunan yang datar. Karena bangunan hanya memiliki satu sisi permukaan yang luas dan simetris, penggunaan satu proyektor dengan jarak yang tepat mampu menjangkau keseluruhan bidang proyeksi tanpa mengalami stretching atau kehilangan proporsi visual. Strategi ini efektif untuk bangunan dengan bidang datar dan tampilan dua dimensi yang linier. Gambar 3 12 Video Mapping Jakarta Light Festival 2024 di Museum Fathillah (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=7SN7FABmdr4&t=769s>) Jakarta Light Festival menggunakan proyektor Epson dengan tingkat kecerahan 25.000 lumens. Proyektor ini digunakan untuk menampilkan visual berkualitas tinggi dalam skala besar, yang sangat penting dalam event multimedia luar ruang seperti video mapping dan pertunjukan cahaya. Gambar 3 13 Proyektor Epson 25.000 Lumens yang digunakan oleh Jakarta Light Festival 2024 (Sumber: <https://youtu.be/7SN7FABmdr4?s=i=wRF-iwwYASzv-LpG>) Berbeda dengan kasus di Gedung BNI Yogyakarta yang memiliki dua sisi bangunan membentuk sudut, penempatan proyektor dilakukan di titik tengah sudut tersebut. Dengan posisi ini, satu proyektor dapat mencakup dua sisi sekaligus dengan sudut pandang yang

relatif seimbang. Penempatan di titik sudut memungkinkan konten visual terbagi secara natural kedua permukaan bangunan, sehingga tidak memerlukan proyektor tambahan. Pendekatan ini umumnya digunakan untuk bangunan berbentuk huruf L atau struktur yang memiliki pertemuan dua bidang yang tidak terlalu ekstrem sudutnya. Gambar 3 14 Video Mapping di Gedung BNI Yogyakarta (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=yecweSZkF9U>) Sementara itu, pada bangunan Lawang Sewu di Semarang yang memiliki bentuk lebih kompleks, yaitu menyerupai huruf V, pendekatan yang digunakan adalah dengan dua titik penempatan proyektor. Masing-masing proyektor ditempatkan di sisi kiri dan kanan, sejajar dengan arah bidang bangunan yang akan diproyeksikan. Strategi ini dilakukan agar masing-masing sisi bangunan mendapatkan cakupan proyeksi yang sesuai dengan sudut kemiringannya.

3.4 Kesimpulan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui wawancara, dan observasi, dapat disimpulkan bahwa proses produksi video mapping memerlukan perencanaan visual dan teknis yang matang sejak tahap pra-produksi, termasuk pembuatan maket dan pengukuran bidang proyeksi secara manual maupun digital. Penggunaan proyektor laser dianggap lebih efisien untuk ruang terbuka, dengan pengaturan lumens dan lensa yang disesuaikan dengan kondisi lapangan. Video mapping akan lebih optimal jika menjadi bagian dari acara besar seperti festival, karena dapat menciptakan pengalaman visual yang imersif dan menarik. Hasil observasi pada Jakarta Light Festival menunjukkan bahwa video mapping memainkan peran penting sebagai atraksi utama sekaligus media kolaboratif dalam event berskala besar. Proyeksi dilakukan pada objek Monument West Liberation dan Museum Fatahillah, dengan visual bergaya futuristik, penuh warna, serta iringan musik yang membentuk atmosfer megah. Berbagai elemen fisik, termasuk pohon, dimanfaatkan sebagai bidang proyeksi, membuktikan fleksibilitas media ini dalam mendukung pengalaman visual. Eksperimen mandiri menggunakan Adobe After Effect dan Resolume Arena menunjukkan bahwa produksi video mapping dapat dilakukan secara teknis



dan presisi. Karya sembilan matahari di Moscow memperlihatkan bahwa narasi video mapping bisa bersifat simbolik dan tidak harus verbal. Objek seperti Lawang Sewu, Kota Lama Semarang, Candi Gedong Songo, Klenteng Sam Poo Kong, Simpang Lima memiliki potensi kuat sebagai konten visual, menjadikan video mapping media promosi pariwisata yang efektif dan kontekstual. 3.5 Pemecahan Masalah Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan melalui kajian pustaka, wawancara dengan pelaku industri kreatif, dan observasi media sosial, teridentifikasi beberapa permasalahan terkait proses perancangan video mapping sebagai sarana promosi pariwisata, yaitu sebagai berikut: 1. Meningkatkan Tahap Pra-Produksi Melalui Perencanaan Visual dan Pemahaman Objek Untuk mengatasi kurangnya perencanaan dan keakuratan konten pada tahap awal produksi video mapping, proses pra-produksi dapat ditingkatkan dengan mengembangkan konsep yang lebih canggih, mengamati target proyeksi secara langsung, dan menggunakan model dan simulasi digital untuk mengadaptasi konten visual dengan kontur dan karakteristik landmark bersejarah dan objek wisata lainnya. Hal ini didukung oleh storyboard yang terperinci dan pemetaan awal yang tepat. 2. Penggunaan Teknologi dan Peralatan yang Memenuhi Standar Produksi Video Mapping Atasi keterbatasan teknik dalam produksi dengan memilih perangkat keras dan perangkat lunak yang tepat untuk cakupan proyek video mapping, seperti menggunakan proyektor terang dan perangkat lunak Resolume Arena, standar industri untuk pemetaan visual. Selain itu, mengetahui spesifikasi komputer, jarak proyeksi, dan kondisi lingkungan yang akan memengaruhi hasil dari video mapping. 3. Meningkatkan Media Sosial dan Komunitas Kreatif Sebagai Platform untuk Periklanan dan Kolaborasi Untuk mengatasi tantangan kurangnya distribusi karya dan partisipasi publik, pelaku industri perlu mengoptimalkan media sosial tidak hanya sebagai platform untuk mempresentasikan karya, tetapi juga sebagai tempat promosi dan kolaborasi. Mendokumentasikan proses kreatif dengan melibatkan komunitas dan mengintegrasikan karya ke acara lokal dan nasional dapat

meningkatkan minat publik dan menjangkau potensi pariwisata yang dihasilkan dari video mapping. BAB IV STRATEGI KREATIF 4.1 Strategi Komunikasi 4.1.1 Penyelenggaraan Acara Strategi komunikasi dalam karya video mapping “SEMARANG 479” disampaikan secara visual. Penyampaian pesan menggunakan media utama berupa visual dan musik instrumental. Komunikasi tidak menggunakan narasi suara maupun teks panjang. Pendekatan visual dipilih agar sesuai dengan karakter audiens yang memiliki ketertarikan terhadap pertunjukan cahaya dan seni multimedia yang bersifat eksploratif dan kontemporer. Karya video mapping ini dirancang untuk ditampilkan dalam rangka perayaan ulang tahun Kota Semarang ke-479 yang akan diselenggarakan pada tahun 2026. Lokasi pertunjukan dipilih di kawasan Lawang Sewu, salah satu ikon bersejarah Kota Semarang. Pemilihan Lawang Sewu sebagai tempat penyelenggaraan bukan hanya karena nilai simbolisnya, tetapi juga karena karakter bangunannya yang arsitektural dan simetris sangat ideal untuk menampilkan proyeksi visual. Selain itu, Lawang Sewu juga pernah digunakan sebagai lokasi video mapping pada tahun 2016, sehingga memiliki rekam jejak yang positif dalam penyelenggaraan acara sejenis. Visual diawali dengan ucapan perayaan “SEMARANG 479”. Ucapan tersebut menjadi pembuka sekaligus penanda bahwa karya ini merupakan bagian dari peringatan ulang tahun Kota Semarang. Urutan visual menampilkan lima ikon utama Kota Semarang. Objek yang ditampilkan yaitu Lawang Sewu, Kota Lama, Klenteng Sam Poo Kong, Candi Gedong Songo, dan Simpang Lima. Setiap ikon divisualisasikan berdasarkan hasil observasi. Representasi visual mengedepankan bentuk arsitektur, warna dominan, dan suasana khas masing-masing tempat. Visual dibangun berdasarkan interpretasi sejarah dan karakter objek wisata. Penyampaian sejarah menggunakan transformasi bentuk, ritme animasi, dan atmosfer visual. Musik instrumental digunakan sebagai pendukung emosi dalam setiap transisi adegan. Penyampaian pesan dilakukan melalui pengalaman imersif tanpa narasi. Setiap elemen visual memiliki fungsi komunikatif secara intuitif. Bagian penutup menampilkan visual

Kota Semarang yang sudah berkembang dan modern. Tampilan ditandai dengan warna-warna terang dan animasi dinamis. Penutup ini menggambarkan suasana semarak sebagai simbol kemajuan kota. Tujuan utama komunikasi visual adalah menyampaikan kesan bahwa Kota Semarang merupakan kota yang layak untuk dirayakan. Karya ini mengajak audiens untuk merasakan kebanggaan dan semangat perayaan ulang tahun ke-479 Kota Semarang.

4.1.2 Konsep Verbal Konsep verbal dalam karya video mapping “SEMARANG 479” merujuk pada strategi penyampaian pesan teks secara visual sebagai pengganti narasi lisan atau dialog suara. Elemen verbal tetap berperan penting untuk memperkuat identitas visual, membangun suasana emosional, dan menyampaikan nilai-nilai perayaan secara efektif kepada audiens. Pesan-pesan teks disusun agar selaras dengan elemen visual dan musik, serta mempertimbangkan konteks ruang publik tempat karya ini ditampilkan, yaitu bangunan ikonik Lawang Sewu. Sebagai bagian dari karya perayaan ulang tahun ke-479 Kota Semarang, unsur verbal tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga estetis dan komunikatif secara emosional. Elemen-elemen tersebut meliputi gaya bahasa, tipografi, tagline, serta struktur komunikasi teks berupa headline dan bodycopy.

1. Gaya Bahasa dan Pemilihan Kata Gaya bahasa yang digunakan dalam karya ini bersifat positif, inspiratif, dan reflektif. Pesan-pesan verbal disusun dalam kalimat yang singkat dan kuat secara emosional, agar dapat tersampaikan secara cepat dan tetap membekas dalam benak penonton. Pilihan kata yang digunakan menggambarkan rasa bangga, kedekatan emosional dengan kota, serta ajakan partisipatif kepada masyarakat untuk merayakan kotanya. Penggunaan bahasa Jawa menjadi salah satu elemen penting yang memperkuat identitas lokal. Kalimat seperti “Lawas kuthane, anyar terus semangat” dan “Semarang ora mung kenangan, tapi harapan menunjukkan keterikatan budaya, sekaligus membawa nilai-nilai lokal dalam balutan visual modern. Pendekatan ini memberikan kedalaman makna serta memperkuat koneksi emosional, terutama bagi masyarakat Semarang.

2. Tipografi dan Visualisasi Teks Teks dalam karya ini dirancang

singkat, tegas, dan mudah dibaca dari jarak jauh. Pemilihan jenis font mengutamakan keterbacaan dan kesesuaian dengan tema visual yang memadukan unsur modern dan tradisional. Font yang dipilih adalah Clash Display karena bersifat modern dan kuat secara visual. Karakternya yang modern namun tegas membuatnya ideal untuk menyampaikan informasi secara jelas, baik pada teks informasi di layar maupun elemen judul. Fleksibilitas Clash Display dalam berbagai varian ketebalan memudahkan dalam mengatur hirarki informasi secara visual. Gambar 4.1 Font Clash Display (Sumber: <https://uxplanet.org/principles-of-typography-in-ui-design-bc28f1f9666d>) Visualisasi teks juga diselaraskan dengan beat musik dan transisi visual yang digunakan dalam karya. Meskipun tidak bersuara, sinkronisasi teks dengan irama dan perubahan adegan menciptakan pengalaman audio-visual yang harmonis. Dengan demikian, teks tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga sebagai elemen desain yang memperkuat narasi dan ritme pertunjukan.

3. Tagline Tagline merupakan representasi verbal utama dalam karya, berupa kalimat singkat yang mencerminkan inti pesan karya secara kuat, padat, dan mudah diingat. Dalam “SEMARANG 479”, digunakan dua tagline utama dalam bahasa Jawa, yaitu “Lawas kuthane, anyar terus semangat” dan “Semarang ora mung kenangan, tapi harapan”. Tagline ini dipilih karena kemampuannya merangkul semangat karya secara emosional, sekaligus menonjolkan aspek kultural lokal. Kalimat tersebut menegaskan bahwa meskipun Semarang memiliki sejarah panjang, masyarakatnya tetap membawa semangat baru yang terus tumbuh. Penggunaan bahasa Jawa juga mempererat kedekatan dengan audiens lokal, serta memperlihatkan bahwa budaya dan modernitas dapat berjalan berdampingan. Tagline ini ditampilkan pada bagian penutup dan materi promosi karya seperti poster, media sosial, dan teaser visual.

4. Headline, dan Bodycopy Elemen headline, sub-headline, dan bodycopy disusun sebagai struktur komunikasi teks utama yang berperan untuk memperkenalkan, menjelaskan, dan memperdalam makna karya.

a. Headline Headline digunakan sebagai

kalimat utama yang kuat secara visual dan emosional. Kalimat ini langsung menunjukkan tema besar karya serta menarik perhatian penonton. Headline yang digunakan adalah: “SEMARANG 479” Headline ini berfungsi sebagai pengenalan utama karya yang menegaskan bahwa karya ini adalah bagian dari perayaan ulang tahun ke-479 Kota Semarang. b. Bodycopy Bodycopy adalah teks isi yang menjelaskan secara mendalam tentang isi karya. Bodycopy digunakan dalam materi promosi, sinopsis karya, atau narasi publikasi untuk menyampaikan latar belakang, nilai-nilai, dan pendekatan kreatif yang digunakan. “Tanpa narasi, tanpa kata. Hanya visual yang bicara. Melalui cahaya, warna, dan gerak. Karya ini menghidupkan ikon-ikon Pariwisata Kota Semarang: megahnya Lawang Sewu, tenangnya Sam Poo Kong, ramainya Simpang Lima, nuansa klasik Kota Lama, hingga siluet Candi Gedong Songo. Diproyeksikan di Lawang Sewu, Kota Semarang tahun 2026, Video Mapping ini jadi cara baru mengenal Kota Semarang—lebih dekat . 4.1.3 Penerapan Konsep AISAS dalam Promosi Konsep promosi karya video mapping “SEMARANG 479” menggunakan pendekatan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) sebagai strategi untuk menjangkau dan melibatkan audiens secara efektif. Model AISAS menggambarkan proses perilaku konsumen dari melihat sebuah informasi hingga akhirnya mengambil tindakan dan membagikannya ke orang lain atau sosial media. Tabel 4. 1 Penerapan Konsep AISAS Tahapan AISAS Tujuan Tahapan Media yang Digunakan Penjelasan Penerapan Attention Menarik perhatian publik Videotron Menampilkan teaser motion dari karya “SEMARANG 479”, berupa ke-5 ikon pariwisata Kota Semarang di ruang publik strategis. Interest Membangun ketertarikan terhadap isi karya Videotron Tidak hanya menampilkan visual, media ini juga menyertakan headline dan tagline untuk membuat publik penasaran terhadap isi karya secara keseluruhan. Search Mendorong audiens mencari info lebih lanjut Videotron, Media Sosial Videotron disertai dengan code QR menuju akun sosial media untuk akses informasi lanjutan yang dibagikan di Instagram untuk mendukung rasa ingin tahu audiens. Action Mendorong audiens

untuk bertindak langsung Event Masyarakat datang langsung ke Lawang Sewu untuk menonton pertunjukan video mapping “SEMARANG 479” . ShareMengajak audiens berbagi pengalaman Merchandise (Baju, Totebag, Stiker, Kipas), Hashtag #SEMARANG479 Media yang digunakan menjadi pemicu interaksi sosial untuk dibagikan di media sosial, memperluas jangkauan promosi, serta penggunaan hashtag dapat memperkuat identitas dan memudahkan pencarian konten.

4.2 Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning

4.2.1 Segmentation

Dalam perancangan karya video mapping “SEMARANG 479” yang akan ditampilkan pada perayaan ulang tahun Kota Semarang ke-479 tahun 2026, segmentasi dilakukan untuk mengidentifikasi kelompok sasaran yang paling relevan dan potensial. **53 Segmentasi ini mencakup aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.** Secara geografis, sasaran mencakup masyarakat lokal dari Kota Semarang serta wisatawan dari luar daerah yang memiliki minat terhadap kegiatan seni dan budaya berbasis teknologi. Secara demografis, target terdiri dari laki-laki dan perempuan berusia 18-45 tahun, meliputi mahasiswa, pekerja, keluarga, serta wisatawan domestik maupun internasional. Pada aspek psikografis, segmentasi mencakup individu yang memiliki minat terhadap budaya, sejarah, dan seni visual. Sementara dari aspek perilaku, sasaran ditujukan kepada audiens yang tertarik mengikuti festival, kegiatan luar ruangan, dan pameran seni digital yang edukatif dan menghibur, serta audiens yang gemar membagikan pengalaman wisata melalui media sosial.

4.2.2 Targeting

Berdasarkan hasil segmentasi tersebut, target utama dari karya video mapping ini adalah dua kelompok audiens yang memiliki potensi keterlibatan tinggi. Kelompok pertama adalah individu yang memiliki ketertarikan terhadap video mapping. Audiens yang terbiasa menghadiri pertunjukan visual, seperti festival cahaya, serta aktif dalam mengikuti perkembangan karya digital. Kelompok ini cenderung memiliki ekspektasi terhadap kualitas artistik dan inovasi visual dalam setiap karya yang ditampilkan, serta berpotensi menjadi promotor dalam berbagi aktivitas di media sosial. Kelompok kedua adalah

masyarakat lokal dari Kota Semarang dan luar daerah yang hadir untuk menikmati rangkaian perayaan ulang tahun Kota Semarang. Kelompok ini dipilih karena keingintahuan, antusiasme terhadap event publik, serta minat terhadap hiburan yang bersifat edukatif dan bebas biaya.

4.2.3 Positioning Karya video mapping “SEMARANG 479” diposisikan sebagai i persembahan visual kontemporer untuk merayakan ulang tahun Kota Semarang dengan cara modern, atraktif, dan edukatif. Karya ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan visual di ruang publik, tetapi juga sebagai media promosi kota dan pengenalan ikon wisata Semarang kepada masyarakat luas. Visual yang disajikan menggambarkan transformasi dari sejarah hingga kondisi kota masa kini, memperkuat citra Semarang sebagai kota yang memiliki nilai sejarah tinggi, namun juga terus berkembang menjadi destinasi wisata budaya yang modern. Dengan pendekatan ini, karya “SEMARANG 479” diposisikan sebagai media seni yang menyampaikan pesan identitas kota secara halus, estetik, dan emosional, yang relevan dengan karakter audiens festival perkotaan.

4.3 Analisis SWOT Untuk memahami secara menyeluruh kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dari perancangan tugas akhir ini, dilakukan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengidentifikasi posisi strategis proyek video mapping sebagai media promosi wisata Kota Semarang. Berikut adalah hasil analisis SWOT tersebut:

4.2 Analisis SWOT

4.4 Konsep Kreatif & Gaya Desain (Tone & Manner)

Konsep kreatif dalam karya video mapping ini dirancang untuk menghadirkan visual yang kuat secara estetis dan emosional, sekaligus merepresentasikan identitas budaya Kota Semarang dalam nuansa perayaan. Pendekatan ini menekankan kekayaan visual, warna, ritme, dan narasi digital yang komunikatif. Karya ini menggabungkan unsur visual modern dengan referensi budaya lokal secara harmonis. Oleh karena itu, pemilihan tone dan manner dalam karya ini menjadi kunci untuk membentuk karakter visual yang selaras dengan tema ulang tahun Semarang ke-479.

4.4.1 Penerapan Tone

Tone dalam karya ini merujuk

pada suasana dan emosi yang ingin dibangun melalui rangkaian visual dan musik. Tone yang digunakan bersifat: 1. Meriah dan Penuh Energi Ditampilkan melalui penggunaan warna-warna cerah, animasi dinamis, serta musik yang cepat dan semangat. Tone ini mendominasi segmen pembuka dan penutup, menciptakan nuansa pesta ulang tahun yang megah dan mengundang semangat kebersamaan. Tone perayaan diwujudkan dalam segmen pembuka dan penutup dengan animasi balon, petasan, dan font angka “479” dan teks “SEMARANG” yang muncul secara spektakuler. 2. Sakral dan Historis Dihadirkan dalam bagian visual yang menampilkan ikon budaya seperti Candi Gedong Songo, Klenteng Sam Poo Kong, Kota Tua, dan Lawang Sewu. Tone ini dibangun dengan lighting lembut, warna hangat khas budaya Jawa, serta musik bernuansa etnik untuk memberikan rasa hormat terhadap warisan sejarah kota. Tone sakral muncul dengan tempo musik lambat.

4.4.2 Penerapan Manner Manner mengacu pada cara penyajian visual dan narasi dalam video mapping. Gaya penyajian karya ini bersifat:

1. Artistik dan Simbolik Setiap elemen visual dirancang secara digital dengan pendekatan simbolik dan estetika tinggi. Landmark kota divisualkan bukan secara realistik seperti dokumenter, tetapi melalui ilustrasi dan animasi yang bersifat representatif dan ekspresif.
2. Dinamis dan Terstruktur Perpindahan antar segmen diatur dengan transisi animasi yang halus dan ritmis, mengikuti beat musik. Manner ini menciptakan alur visual yang lancar dan mudah diikuti, meskipun narasinya tidak disampaikan lewat dialog.

4.5 Moodboard

Moodboard merupakan kumpulan referensi visual yang digunakan untuk merancang dan menentukan gaya, nuansa, dan arah visual dari karya video mapping ini. Dalam proses perancangan karya ini, moodboard menjadi panduan penting untuk menjaga konsistensi estetika dari awal produksi hingga tahap akhir penyuntingan. Moodboard ini mencakup elemen warna, pencahayaan, tekstur, gaya visual, dan emosi yang ingin dicapai agar seluruh rangkaian visual mampu menyampaikan pesan perayaan, identitas kota, dan kekayaan budaya Semarang secara utuh dan imersif. Berikut

adalah elemen-elemen utama dalam moodboard karya ini: 1. Palet Warna Palet warna disusun berdasarkan dua pendekatan utama: a. Warna Perayaan Warna-warna cerah dan penuh semangat seperti merah, kuning, biru, dan hijau digunakan untuk membangun suasana ulang tahun Kota Semarang ke-479. b. Warna Identitas Budaya Jawa Warna-warna hangat dan membumi seperti coklat tanah, oranye, dan cream digunakan pada bagian-bagian yang menampilkan ikon sejarah dan budaya seperti Lawang Sewu, Kota Lama, dan Klenteng Sam Poo Kong. Kombinasi keduanya menciptakan kontras harmonis antara semangat modern dan akar tradisi. 3. Referensi Visual Landmark dan Suasana Kota Moodboard memuat ilustrasi dan referensi visual dari ikon-ikon kota seperti Candi Gedong Songo, Klenteng Sam Poo Kong, Simpang Lima, dan arsitektur Lawang Sewu. Selain itu, juga ditambahkan visual suasana malam kota, lampu-lampu jalan, serta atmosfer meriah khas festival. Seluruh referensi ini menjadi dasar dalam perancangan elemen visual di tiap segmen. 4. Gaya Visual dan Sinematografi Gaya visual menggabungkan ilustrasi 2D dan animasi 3D yang disesuaikan dengan bidang proyeksi. Perspektif visual disusun agar menyatu dengan bentuk Gedung Lawang Sewu. Teknik visual seperti morphing, transformasi bentuk, dan efek cahaya digunakan untuk memberikan kesan modern dan atraktif. 5. Suasana dan Emosi Visual Moodboard menyertakan referensi ekspresi semangat, kebersamaan, serta keagungan budaya melalui elemen visual seperti balon, petasan, lentera, sinar matahari pagi, dan awan berwarna keemasan. Ini bertujuan menciptakan narasi visual yang tidak hanya indah, tetapi juga menyentuh secara emosional sebagai bentuk penghormatan dan perayaan kota. 6. Tipografi Gaya huruf yang digunakan bersifat modern namun tetap memiliki unsur lokal. Font dipilih agar tegas, mudah dibaca, dan sesuai untuk proyeksi jarak jauh. Teks digunakan secara selektif, seperti pada segmen kemunculan “SEMARANG” dan tagline “Lawas kuthane, anyar terus semangate” dan “Semarang ora mung kenangan, tapi harapan”. Animasi teks dirancang agar harmonis dengan gerakan visual dan musik. 4.6

Konsep Perancangan (Layout & Komposisi) Konsep perancangan layout dan komposisi dalam video mapping ini berperan penting sebagai elemen utama penyampai pesan visual karena tidak menggunakan narator atau voice over. Semua komunikasi pesan dilakukan melalui pengaturan elemen visual secara strategis di bidang bangunan Lawang Sewu yang kaya akan bentuk arsitektural, seperti jendela dan tiang. Penerapan layout dan komposisi mempertimbangkan karakter bidang proyeksi agar visual yang ditampilkan tetap estetis, mudah dipahami, dan selaras dengan bentuk bangunan. Beberapa prinsip yang diterapkan antara lain: 1. Mapping-Based Framing (Framing Berdasarkan Bidang) a. Elemen visual disesuaikan secara presisi dengan bentuk bidang arsitektural bangunan Lawang Sewu. b. Jendela dimanfaatkan sebagai batas komposisi untuk elemen seperti bangunan ikon Semarang (Lawang Sewu, Kota Tua, Klenteng Sam Poo Kong, Simpang Lima, dan Candi Gedong Songo), sedangkan bagian atap dijadikan ruang untuk efek transisi atau visual atmosferik seperti langit atau cahaya. 2. Ritme Visual dan Simetri a. Komposisi mempertimbangkan ritme arsitektur bangunan agar gerakan visual sinkron dengan struktur nyata. Hal ini menambah kesan harmonis dan mendalam. b. Unsur simetri dari bangunan Lawang Sewu dimanfaatkan untuk menciptakan pergerakan visual yang seimbang dan tidak membingungkan. 3. Visual Hierarchy (Tanpa Teks) Karena tidak menggunakan teks atau narasi, hirarki visual dibangun melalui: a. Ukuran objek (ikon utama ditampilkan besar di awal segmen). b. Warna dan kontras (warna netral sebagai identitas Kota Semarang, lalu transisi ke warna cerah untuk menarik perhatian audiens). c. Gerakan (transisi visual yang dinamis diarahkan ke titik fokus tertentu agar penonton mengikuti alur cerita). 4. Negative Space sebagai Konteks Emosional a. Ruang kosong (dinding putih atau atap) dimanfaatkan untuk membangun tensi atau suasana tertentu, seperti kesan misteri saat menampilkan sejarah Lawang Sewu. b. Penggunaan ruang negatif juga menjaga visual agar tidak terlalu penuh dan tetap fokus. 5. Komposisi Naratif (Tanpa Kata) a. Narasi

dibangun melalui urutan visual: dari pengenalan ikon, transisi sejarah, hingga penegasan identitas budaya. b. Setiap adegan dirancang dengan komposisi yang menggiring mata penonton dari satu bagian bangunan ke bagian lain secara alami, seperti efek gerakan bola mata saat membaca cerita bergambar.

4.7 Proses Perancangan Video Mapping

4.7.1 Sinopsis Cerita Karya video mapping “SEMARANG 479” dirancang sebagai bentuk apresiasi visual untuk ulang tahun Kota Semarang ke-479.

Proyeksi diarahkan ke fasad bangunan Lawang Sewu, yang dimanfaatkan sebagai elemen utama dalam membentuk narasi visual. Cerita dimulai dengan kemunculan Lawang Sewu dari kegelapan, disinari cahaya hangat bernuansa klasik yang perlahan berubah menjadi perayaan meriah. Angka “479” kemudian muncul megah, dibentuk oleh balok-balok cahaya. Musik epik mengiringi suasana semarak awal pertunjukan. Dinding virtual terbuka menampilkan huruf-huruf pembentuk kata “SEMARANG”, diikuti eksplorasi visual lima ikon kota secara bertahap. Candi Gedong Songo digambarkan dalam nuansa alam dan bebatuan khas. Klenteng Sam Poo Kong hadir dengan atmosfer spiritual dan gaya visual Tionghoa yang kuat. Kota Lama divisualisasikan dengan nuansa kolonial, sementara arsitektur Lawang Sewu kembali muncul menonjolkan kesan historis. Simpang Lima menggambarkan dinamika kota lewat visual lalu lintas malam dan energi urban. Penutup, Semarang modern ditampilkan lewat gedung-gedung tinggi, jalan besar, dan perkembangan infrastruktur. Pertunjukan ditutup dengan ledakan warna-warni, petasan, balon, dan kemunculan kembali angka “479” serta tagline “Lawas kuthane, anyar terus semangat” dan “Semarang ora mung kenangan, tapi harapan”.

4.7.2 Storyline

Storyline ini disusun sebagai acuan utama dalam pengembangan storyboard. Alur cerita dirancang untuk menggambarkan transformasi Kota Semarang dalam rangka memperingati hari jadinya ke-479, dengan menghadirkan elemen visual yang merepresentasikan nilai historis, budaya, dan modernisasi kota. Setiap segmen dalam storyline menjadi dasar visualisasi adegan yang akan dituangkan dalam bentuk storyboard secara sistematis dan

komunikatif. Tabel 4. 2 Storyline No Segmen Deskripsi Singkat 1

Pembuka Lawang Sewu muncul perlahan dari gelap, disinari cahaya hangat dengan gaya klasik lalu berganti tema menjadi kemeriahan. 2 Angka 479 Angka "479" muncul. Balok cahaya membentuk angka. Suasana megah, musik epik menandai usia Kota Semarang. 3 Animasi Huruf SEMARANG Tembok bagian kiri dan kanan terbuka. Huruf-huruf membentuk tulisan "SEMARANG". 4 Candi Gedong Songo Visual pepohonan dan pegunungan, visualisasi candi. dan visualisasi Gedung Lawang Sewu dengan gaya khas candi atau bebatuan. 5 Klenteng Sam Poo Kong Tampilan bangunan klenteng. Nuansa spiritual dan budaya Tionghoa mendominasi dengan permainan Cahaya yang dramatis yang berganti dengan munculnya visualisasi Gedung Lawang Sewu dengan gaya visual tionghoa. 6 Kota Lama Semarang Ilustrasi bangunan tua dan aktivitas budaya. Suasana kolonial dan klasik terasa kuat. 7 Lawang Sewu Visual menampilkan arsitektur Lawang Sewu. Nuansa historis dan misterius. 8 Simpang Lima Semarang Visual jalan kota, lalu lintas aktif, dan suasana malam. Energi kota terlihat dinamis. 9 Semarang Modern Visual kota modern. Gedung tinggi, jalan besar, dan perkembangan infrastruktur. 10 Penutup Angka "479" dan huruf "SEMARANG" muncul kembali. Efek petasan serta balon di suasana kota yang meriah dan tagline "Lawas kuthane, anyar terus semangate" dibagian kiri gedung dan "Semarang ora mung kenangan, tapi harapan" dibagian kanan Gedung.

4.7.3 Storyboard Storyboard ini merupakan representasi visual dari konsep animasi yang bertujuan menarasikan perjalanan sejarah, budaya, dan perkembangan Kota Semarang dalam rangka perayaan hari jadi ke-479. Setiap adegan disusun secara runtut untuk menggambarkan identitas kota yang kaya akan nilai historis, multikultural, hingga modernisasi, disertai transisi visual dan atmosfer yang mendukung alur cerita secara emosional dan estetis. Tabel 4. 3 Storyboard Gambar

Penjelasan Gambar 1 – Pembuka Lawang Sewu secara perlahan tampak dari kegelapan, disinari oleh cahaya hangat. Nuansa klasik mendominasi, menjadi visual yang memperkenalkan Kota Semarang melalui ikon

terkenalnya. Gambar 2 – Angka “479” Muncul Cahaya membentuk angka “479” secara megah di tengah bangunan. Efek ini menandakan usia Kota Semarang yang sedang dirayakan, dengan nuansa megah dan music epic sebagai pengiring emosional. Gambar 3 – Animasi Teks “SEMARANG” Huruf dari kata “SEMARANG” muncul dari sisi kiri dan kanan layer. Visual ini menguatkan identitas kota dan memberi kesan semangat. Gambar 4 – Candi Gedong Songo Tampilan alam hijau, pohon, dan gunung menjadi background. Di tengahnya, candi khas Gedong Songo divisualisasikan dengan gaya arsitektur batu, menggambarkan sisi spiritual dan keindahan alam Semarang. Gambar 5 – Klenteng Sam Poo Kong Bangunan ikonik Sam Poo Kong ditampilkan dengan sentuhan budaya Tionghoa yang kental. Suasana spiritual, budaya, dan permainan cahaya yang dramatis membentuk nuansa khas Semarang. Gambar 6 – Kota Lama Semarang Deretan bangunan kolonial tua diperlihatkan lengkap dengan aktivitas warga. Nuansa klasik dan sejarah kolonial terasa kuat dalam frame ini, membawa penonton ke masa lampau. Gambar 7 – Lawang Sewu Fokus kembali ke Lawang Sewu, kali ini dengan sudut pandang yang lebih dekat. Bangunan megah ini diperlihatkan dalam suasana gelap, memperkuat kesan historis dan misterius. Gambar 8 – Simpang Lima Semarang Visual pusat kota dengan aktivitas kendaraan dan gedung-gedung di malam hari. Simpang Lima divisualisasikan sebagai jantung kota yang dinamis. Gambar 9 – Penutup Gedung-gedung tinggi serta suasana modern menjadi penutup. Efek petasan dan balon menambah suasana perayaan, diakhiri dengan munculnya kembali angka “479” dan tulisan “SEMARANG”, serta tagline “Lawas kuthane, anyar terus semangate” dibagian kiri gedung dan “Semarang ora mung kenangan, tapi harapan” dibagian kanan Gedung. 4.7.4 Studi Properti

Studi properti dilakukan sebagai tahapan awal untuk memahami kebutuhan teknis dalam pelaksanaan video mapping pada bangunan sesungguhnya. Berdasarkan hasil observasi pada pelaksanaan Jakarta Light Festival 2024, ditemukan bahwa instalasi video mapping pada bangunan Museum Fatahillah menggunakan antara empat hingga enam unit proyektor pada setiap sisi

bangunan, dengan masing-masing proyektor memiliki spesifikasi daya cahaya sebesar 25.000 lumens. Penempatan proyektor dilakukan secara simetris di sisi kanan dan kiri, disesuaikan dengan bentuk fasad bangunan. Dengan strategi ini, proyeksi visual dapat tampil merata, tajam, dan tanpa distorsi seperti stretching gambar. Mengacu pada temuan tersebut, pelaksanaan video mapping pada bangunan Lawang Sewu diperkirakan membutuhkan empat unit proyektor di setiap sisi, dengan spesifikasi minimal 25.000 lumens per unit. Proyektor diarahkan secara sejajar terhadap masing-masing sisi bangunan yang membentuk sudut menyerupai huruf V. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan proyeksi visual dapat mengikuti bentuk arsitektural bangunan secara akurat dan presisi. Selain aspek penempatan proyektor, studi ini juga menekankan pentingnya pembuatan maket fisik sebagai bagian dari proses pengembangan karya. Maket berfungsi sebagai media simulasi visual dan teknis sebelum proyeksi dilakukan pada bangunan nyata. Tahapan awal pembuatan maket dimulai dengan pencarian dan pengkajian denah serta gambar teknis bangunan Lawang Sewu sebagai acuan bentuk dan proporsi. Maket dirancang dengan tinggi 25 sentimeter, sedangkan panjang dan lebar disesuaikan secara proporsional. Detail arsitektural seperti jendela, atap, dan bentuk fasad ditata sedekat mungkin dengan bentuk aslinya. Maket digunakan sebagai acuan utama dalam proses penyusunan aset visual serta pengujian awal proyeksi sebelum realisasi pada bangunan skala aslinya. Gambar 4.3 Pembuatan Maket Bangunan Lawang Sewu Metode penempatan proyektor yang digunakan dalam proses video mapping dilakukan dengan menempatkan dua unit proyektor pada sisi kiri dan kanan bangunan. Proyektor yang berada di sisi kiri diarahkan untuk memproyeksikan visual ke bagian kanan bangunan, dengan sudut kemiringan yang disesuaikan agar sejajar mengikuti bentuk struktur bangunan. Sebaliknya, proyektor yang berada di sisi kanan diarahkan ke bagian kiri bangunan dengan pendekatan sudut yang sama, yaitu menyesuaikan sudut alami dari bentuk bangunan.

27 Pendekatan ini diterapkan untuk



memastikan bahwa proyeksi visual dapat mengikuti kontur bangunan secara presisi.

Penyesuaian sudut proyektor memungkinkan konten visual tampil tepat pada bidang permukaan bangunan tanpa mengalami distorsi visual. Dengan strategi penempatan ini, hasil proyeksi menjadi lebih optimal, menyatu dengan bentuk arsitektural bangunan, dan mendukung kualitas artistik dari karya video mapping secara keseluruhan. Gambar 4 4 Penempatan Proyektor pada Maket 4.7.5 Desain Aset Visual Dalam proses pembuatan video mapping berbasis motion graphic ini, terdapat dua pendekatan utama yang digunakan penulis dalam merancang aset visual. Pendekatan pertama adalah dengan membuat ilustrasi sendiri menggunakan Adobe Photoshop. Ilustrasi-ilustrasi ini menggambarkan berbagai versi bangunan yang ditampilkan dalam video mapping, dan disesuaikan dengan kebutuhan visual pada setiap scene. Gambar 4 5 Pembuatan Aset Visual di Photoshop Pendekatan kedua adalah dengan memanfaatkan aset yang tersedia secara daring. Penulis mengambil beberapa aset dari platform Envato dan YouTube untuk melengkapi kebutuhan visual. Dari Envato, penulis menggunakan aset motion graphic berupa gedung yang digunakan dalam scene yang menampilkan kawasan Simpang Lima Semarang. Sementara itu, dari YouTube, penulis mengambil scene naga terbang yang digunakan dalam adegan di Klenteng Sam Poo Kong. Penggunaan kedua jenis aset ini dilakukan agar visual yang dihasilkan lebih variatif, dinamis, dan sesuai dengan konteks cerita yang ingin disampaikan dalam video mapping. Gambar 4 6 aset Premium Sumber : <https://elements.envato.com/building-city-skyscrapers-sky-background-4P3Q3DX> Gambar 4 7 Aset Visual Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=y9nnEajZP5> Aset visual yang telah diunduh kemudian diolah kembali menggunakan software Adobe After Effects untuk kebutuhan motion graphic. Proses pengolahan ini meliputi penyesuaian warna, penambahan efek visual, pemotongan elemen tertentu, serta integrasi dengan elemen lainnya agar selaras dengan alur cerita dan ritme animasi. Dengan After Effects, penulis dapat memberikan efek gerak yang dinamis dan transisi visual yang halus,

sehingga seluruh elemen dalam video mapping dapat berpadu secara harmonis dan mendukung narasi visual yang ingin disampaikan. 4.7.6 Sound Dalam karya video mapping " SEMARANG 479", elemen suara memegang peran penting dalam membangun suasana, memperkuat narasi visual, serta menciptakan pengalaman audio-visual yang imersif. Tidak seperti film dokumenter yang bergantung pada dialog dan ambient sound nyata, karya ini sepenuhnya menggunakan musik dan sound effect yang dirancang secara digital. Seluruh musik latar dalam karya ini dibuat secara orisinal menggunakan platform SUNO, dengan arahan suasana dan karakter musik yang disesuaikan untuk masing-masing segmen. Musik disusun agar memiliki alur emosional yang selaras dengan transisi visual dan tema budaya yang diangkat. Beberapa elemen suara yang digunakan dalam karya ini meliputi: 1. Musik Latar Orisinal (Original Background Music) Musik latar disusun menggunakan platform SUNO, dengan nuansa yang dinamis, meriah, dan sinematik. Musik di bagian pembuka dan penutup dibuat lebih energik dan penuh warna untuk membangun semangat perayaan ulang tahun Kota Semarang ke-479. Sementara pada bagian tengah, ambient digunakan untuk memperkuat suasana historis dan kultural, selaras dengan ikon-ikon wisata seperti Klenteng Sam Poo Kong atau Lawang Sewu. 2. Sinkronisasi Visual-Audio (Beat Matching Timing) Musik disusun dan disesuaikan dengan beat visual, terutama pada bagian transisi, kemunculan teks "SEMARANG", dan ledakan angka "479". 3. Pengaturan tempo dan ritme disesuaikan agar gerakan visual terasa selaras dengan ketukan musik, menciptakan pengalaman yang audio-visual terintegrasi (audio-reactive). 4. Sound Effect Digital (SFX) Efek suara digital ditambahkan untuk mempertegas transisi visual, pergerakan objek, dan momen dramatis seperti kemunculan landmark kota, efek cahaya, hingga ledakan kembang api di bagian penutup. Efek seperti "whoosh", "pop", "glow burst", dan "sparkle" digunakan untuk mendukung imajinasi visual khas karya digital futuristik. 5. Mixing dan Balancing Proses mixing dilakukan untuk memastikan setiap elemen suara, baik

musik utama maupun sound effect terdengar seimbang dan tidak saling menutupi. Frekuensi dan volume diatur agar nyaman didengar, serta tetap terdengar jelas saat diproyeksikan di ruang terbuka dengan audio sistem berskala besar.

4.7.7 3D Animation

Proses perancangan animasi 3D dilakukan menggunakan software Blender untuk membangun beberapa adegan visual yang mendukung narasi dan konsep utama karya. Salah satu fokus utama animasi ini adalah pembentukan tipografi “SEMARANG 479” dalam bentuk tiga dimensi. Tipografi terlebih dahulu dirancang di Adobe Illustrator, kemudian dikonversikan ke dalam format SVG agar dapat diimpor ke dalam Blender. File SVG tersebut kemudian di-extrude untuk menghasilkan bentuk huruf 3D. Animasi pada objek huruf dilakukan melalui teknik rotasi serta penerapan efek remesh. Awalnya, huruf ditampilkan dalam bentuk kotak-kotak abstrak, lalu secara bertahap mengalami transformasi menjadi bentuk tipografi yang utuh dan terbaca. Pergerakan ini disusun menggunakan keyframe animation yang telah disesuaikan secara ritmis dengan sound design yang telah dibuat sebelumnya, sehingga tercipta keselarasan antara elemen visual dan audio.

Gambar 4.8 Flow Chart 3D Animation

Selain animasi tipografi, terdapat juga pembuatan adegan 3D yang merepresentasikan elemen visual khas Kota Semarang. Salah satu adegan menampilkan Candi Gedong Songo yang divisualisasikan seolah-olah muncul dari dalam tanah, dikelilingi oleh nuansa hutan yang menciptakan suasana alami dan mistis. Visual ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik geografis dan historis dari kawasan candi. Sementara itu, pada bagian yang merepresentasikan Lawang Sewu, digunakan pendekatan atmosferik melalui permainan cahaya untuk menciptakan suasana misterius dan horor. Efek pencahayaan yang muncul dan menghilang secara dramatis digunakan untuk memperkuat kesan historis dan mistis yang melekat pada bangunan Lawang Sewu yang ikonik.

Gambar 4.9 Proses Pembuatan 3D Animation

4.7.8 Motion Graphic

Pada tahap perancangan motion graphic, proses diawali dengan pembuatan ilustrasi sebagai elemen visual utama yang mendukung narasi.

Ilustrasi dirancang untuk merepresentasikan berbagai ikon Kota Semarang, dengan pendekatan visual yang disesuaikan dengan konteks setiap scene. Sebagai contoh, ilustrasi Lawang Sewu diolah dalam berbagai nuansa tematik, seperti suasana klenteng saat berada dalam scene Sam Poo Kong, nuansa arsitektur candi saat berada dalam konteks Candi Gedong Songo, hingga nuansa kota tua saat menggambarkan Kawasan Kota Lama. Pendekatan ini memungkinkan visualisasi yang fleksibel, dinamis, dan tematik terhadap satu objek ikonik yang sama, yaitu Lawang Sewu, dengan menyesuaikannya terhadap tema dan atmosfer masing-masing cerita. Motion graphic dikembangkan dengan menerapkan teknik animasi dua dimensi yang memadukan ilustrasi statis dengan gerakan visual yang dinamis. Beberapa adegan dirancang untuk menampilkan transisi yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika, seperti kemunculan bangunan secara pop-up, pergeseran latar, serta permainan gerakan elemen visual yang seolah mengikuti alur cerita secara organik. Salah satu bentuk eksplorasi visual yang diterapkan adalah adegan bangunan yang dibentuk dari batu-batu kecil yang jatuh satu per satu hingga akhirnya menyusun struktur lengkap Lawang Sewu dalam balutan nuansa candi. Teknik ini diterapkan untuk menambah daya tarik visual serta memperkuat asosiasi tema pada setiap scene. Gambar 4 10 Flow Chart Pembuatan Motion Graphic Seluruh elemen gerak dalam motion graphic diatur menggunakan keyframe animation dan disesuaikan dengan sound design yang telah dibuat sebelumnya. Sinkronisasi antara audio dan visual dilakukan secara detail agar pergerakan animasi memiliki ritme yang konsisten. Komposisi, warna, serta kecepatan gerak setiap elemen juga diatur berdasarkan kebutuhan narasi dan karakteristik masing-masing adegan. Gambar 4 11 Proses Pembuatan Motion Graphic 4.7.9 Editing Pada tahap editing, proses penggabungan seluruh scene dilakukan menggunakan aplikasi CapCut. Seluruh elemen animasi, baik berupa 3D maupun motion graphic, disusun menjadi satu rangkaian utuh yang terstruktur dan sinkron dengan sound design yang telah dibuat

sebelumnya. Proses ini mencakup penempatan visual sesuai urutan narasi serta penyesuaian waktu antar scene agar transisi berjalan secara halus dan tidak terasa abrupt. Transisi antar scene dirancang agar relevan dengan isi visual, baik dari segi tempo maupun atmosfer, sehingga perpindahan antar adegan dapat mendukung alur cerita secara menyeluruh. Selain menyusun footage utama, proses editing juga mencakup penyesuaian seperti pengaturan kecepatan animasi (speed) untuk menciptakan ritme yang sesuai, serta penggunaan keyframe pada efek hue dan saturation untuk memberikan nuansa warna tertentu pada scene tertentu sesuai dengan tema visual yang diinginkan. Tahap ini menjadi proses akhir sebelum finalisasi, di mana seluruh elemen dipastikan bekerja secara harmonis, baik dari sisi visual, audio, maupun teknis penyajian.

Proses editing juga digunakan untuk menyempurnakan detail kecil yang tidak bisa dilakukan di tahap animasi sebelumnya, sehingga hasil akhir terlihat lebih utuh dan menyatu. Gambar 4 12 Proses Editing 4.8

Penerapan Desain (Final Artwork) Gambar 4 13 Ilustrasi Realis Dalam karya akhir ini, penulis menerapkan gaya visual yang cenderung realis untuk membangun kedekatan emosi antara karya dan audiens. Salah satu contohnya dapat dilihat pada adegan pembuka, di mana ditampilkan tirai (hordeng) yang perlahan terbuka disertai balon-balon yang melayang ke udara. Elemen-elemen ini dirancang untuk menciptakan kesan nyata dan menghadirkan atmosfer yang imersif, sehingga penonton merasa seolah-olah berada langsung di dalam ruang atau peristiwa yang ditampilkan.

Pendekatan realis ini bertujuan untuk memperkuat daya tarik visual sekaligus memberikan pengalaman yang lebih hidup dan menyentuh secara emosional. Gambar 4 14 Ilustrasi Naturalis Selain gaya realis, penulis juga menggunakan ilustrasi bergaya naturalis pada beberapa bagian karya. Gaya ini menampilkan bentuk objek secara mendekati tampilan aslinya namun tetap artistik. Contohnya terlihat pada bangunan Lawang Sewu, di mana penulis menambahkan efek saber lighting untuk menegaskan kontur jendela. Efek ini membantu memperjelas bentuk arsitektur sekaligus

menambah kesan dramatis dalam visual. Gambar 4 15 Ilustrasi Kartun

Gaya visual ketiga yang digunakan penulis adalah gaya kartun, yang diterapkan pada adegan berlatar hutan. Penggunaan gaya ini bertujuan untuk menciptakan nuansa yang ringan, menyenangkan, dan imajinatif, sehingga memberi variasi suasana dalam keseluruhan konten video mapping. Pendekatan ini juga membantu menambah elemen hiburan dan menarik perhatian audiens, terutama pada bagian-bagian yang bersifat lebih naratif atau fantasi.

4.8.1 Penerapan Video Mapping sebagai Media Utama

Penerapan video mapping dalam perancangan ini dilakukan dengan memanfaatkan aset visual yang telah dibuat dan diedit sebelumnya, kemudian dipindahkan ke dalam software Resolume Arena sebagai media utama untuk proses proyeksi. Dalam implementasinya, digunakan dua buah proyektor yang masing-masing mengarah ke sisi kanan dan kiri maket Lawang Sewu. Setiap proyektor dikendalikan oleh satu output layar (screen) terpisah, sehingga total terdapat dua screen yang digunakan dalam pemetaan visual. Gambar 4 16 Resolume Arena

Pada proses di software Resolume Arena, penulis menggunakan satu layer untuk setiap output, dengan teknik masking yang dilakukan secara terpisah untuk sisi kiri dan kanan maket.

27 Masking ini dilakukan untuk menyesuaikan setiap elemen visual dengan bentuk dan kontur bagian maket secara presisi.

Pendekatan ini memungkinkan penempatan elemen visual secara akurat di permukaan bangunan, serta memberikan fleksibilitas dalam pengaturan komposisi dan sinkronisasi antara kedua sisi proyeksi. Dengan sistem dua proyektor dan pemetaan terpisah ini, visualisasi yang ditampilkan mampu menyatu secara harmonis dengan bentuk fisik maket, menciptakan pengalaman visual yang imersif dan memperkuat penyampaian narasi budaya dan sejarah Kota Semarang. Gambar 4 17 Penerapan Video Mapping pada Maket Lawang Sewu

4.8.2 Media Pendukung

Sebagai bagian dari strategi komunikasi visual, sejumlah media pendukung dirancang untuk memperkuat penyampaian konsep dan menarik perhatian audiens terhadap karya yang disajikan. Media pertama yang dibuat adalah visual khusus untuk

ditampilkan pada videotron dengan orientasi landscape. Visual ini dirancang secara dinamis dan komunikatif agar mampu menarik perhatian di ruang publik, dengan menonjolkan elemen-elemen grafis utama yang merepresentasikan konsep karya. Selain itu, disusun juga poster promosi yang memuat informasi inti seperti judul acara, tanggal, dan lokasi, serta didesain dengan gaya visual yang konsisten agar tetap terhubung secara estetika dengan karya utama. Gambar 4 18 Videotron Teaser Motion “SEMARANG 479” Gambar 4 19 Poster Billboard “SEMARANG 479” Dari sisi promosi digital, dibuat beberapa konten visual yang ditujukan untuk diunggah di media sosial. Konten ini hadir dalam format gambar tunggal yang menampilkan elemen visual utama dan pesan singkat yang mendukung penyampaian informasi secara efektif di ruang digital. Sebagai pelengkap dari keseluruhan pengalaman, turut diproduksi merchandise berupa desain kaos, stiker, kipas, dan totebag. Semua media pendukung ini disusun dengan pendekatan visual yang konsisten dan menyatu dengan konsep karya, sehingga menciptakan kesan yang kuat dan terpadu dalam keseluruhan rangkaian acara. Gambar 4 20 Poster Digital “SEMARANG 479” di Media Sosial Gambar 4 21 Merchandise berupa Kaos, Stiker, Kipas, dan Totebag

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan Berdasarkan proses perancangan dan hasil yang dicapai, dapat disimpulkan bahwa video mapping sebagai media promosi pariwisata mampu menjadi solusi visual yang efektif dan inovatif dalam memperkenalkan ikon-ikon wisata Kota Semarang. Melalui pendekatan desain komunikasi visual, perancangan ini menjawab rumusan masalah yang diajukan, yaitu bagaimana merancang elemen visual yang mampu mengangkat karakter objek wisata secara menarik, serta bagaimana strategi visual tersebut dapat digunakan secara efektif dalam menyampaikan pesan budaya dan sejarah kota. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, dengan menggabungkan elemen grafis seperti ilustrasi, tipografi, warna, audio, dan motion graphic, serta menerapkan strategi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) dalam membangun pengalaman visual yang imersif

dan komunikatif. Hasilnya berupa karya video mapping yang tidak hanya menarik secara estetika, namun juga informatif dan edukatif, menjadikan media ini sebagai jembatan antara teknologi dan pelestarian budaya lokal. Secara teoritis, perancangan ini menunjukkan bahwa video mapping berpotensi memperkaya promosi destinasi wisata melalui storytelling visual berbasis teknologi digital. Secara praktis, media ini memberikan alternatif baru dalam promosi pariwisata yang interaktif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat digital saat ini. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan media promosi kreatif lainnya, serta menjadi kontribusi nyata dalam mendukung peningkatan daya tarik wisata Kota Semarang dan kota-kota lain di Indonesia.

34 5.2 Saran Berdasarkan hasil perancangan dan proses yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan lebih lanjut: 1. Pemanfaatan Teknologi Perancangan video mapping ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan teknologi augmented reality (AR) atau interactive mapping, agar pengalaman pengguna menjadi lebih imersif dan menarik bagi generasi digital. 2. Ekspansi Konten Visual Visualisasi ikon wisata Kota Semarang yang diangkat dalam karya ini masih terbatas pada beberapa lokasi utama. Untuk ke depannya, sebaiknya cakupan konten diperluas agar mencakup lebih banyak objek wisata lain yang juga memiliki potensi sejarah dan budaya tinggi. 3. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Pelaku Wisata Disarankan agar hasil karya ini dapat dikolaborasikan bersama Dinas Pariwisata Kota Semarang atau pelaku industri kreatif lokal, sehingga implementasi media promosi ini dapat diterapkan secara nyata di ruang publik. 4. Pengujian dan Umpan Balik Pengguna Diperlukan uji coba lebih lanjut dan pengumpulan umpan balik dari audiens untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian pesan budaya melalui video mapping, agar hasil desain dapat terus disempurnakan.



REPORT #27533983

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.8% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/489859-none-82fcb069.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.79% repository.usahidsolo.ac.id http://repository.usahidsolo.ac.id/74/4/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.68% www.gramedia.com https://www.gramedia.com/literasi/bangunan-sejarah-indonesia/?srsltid=AfmBO	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.67% www.lzy.co.id https://www.lzy.co.id/post/panduan-memilih-spesifikasi-pc-atau-laptop-untuk-...	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.66% jurnal.uui.ac.id https://jurnal.uui.ac.id/index.php/jics/article/download/3982/1948	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.63% hoendere.home.blog https://hoendere.home.blog/2019/08/03/sejarah-awal-bangunan-lawang-sewu/	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.61% doubleyuw-clover.blogspot.com http://doubleyuw-clover.blogspot.com/2014/11/video-mapping.html	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.57% travelaksi.blogspot.com http://travelaksi.blogspot.com/2018/06/wisata-sejarah-ke-museum-lawang-sew...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.51% download.garuda.kemdikbud.go.id http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=905606&val=1423...	● ●



REPORT #27533983

INTERNET SOURCE	
10. 0.32% repository.dinamika.ac.id https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/1738/4/BAB_II.pdf	●
INTERNET SOURCE	
11. 0.3% www.ayosemarang.com https://www.ayosemarang.com/wisata/pr-772385773/harga-tiket-masuk-lawan...	●
INTERNET SOURCE	
12. 0.28% www.gramedia.com https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-gambar-ilustrasi/?srsltid=AfmBO..	●
INTERNET SOURCE	
13. 0.27% eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/28439/3/Bab%202%20.pdf	●
INTERNET SOURCE	
14. 0.25% doc-pak.undip.ac.id https://doc-pak.undip.ac.id/9681/1/Artikel_ELIPSOIDA_2_2_2019.pdf	● ●
INTERNET SOURCE	
15. 0.23% jurnal.unigal.ac.id https://jurnal.unigal.ac.id/dinamika/article/download/10386/pdf	●
INTERNET SOURCE	
16. 0.2% www.manusialembah.com https://www.manusialembah.com/2015/06/lawang-sewu-semarang.html	●
INTERNET SOURCE	
17. 0.2% nagantour.com https://nagantour.com/sam-poo-kong/	●
INTERNET SOURCE	
18. 0.2% rahmaliza.weebly.com https://rahmaliza.weebly.com/on-earth/mengenal-klenteng-sam-poo-kong	●
INTERNET SOURCE	
19. 0.18% repository.unja.ac.id https://repository.unja.ac.id/12052/4/Bab%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE	
20. 0.18% buletinsmpn1bandungkabsemarang.blogspot.com http://buletinsmpn1bandungkabsemarang.blogspot.com/2014/02/candi-ged...	●



REPORT #27533983

INTERNET SOURCE

21. **0.18%** repository.dinamika.ac.id

<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/386/5/BAB%20II.pdf>

INTERNET SOURCE

22. **0.17%** catperku.com

<https://catperku.com/klenteng-sam-poo-kong-semarang/>

INTERNET SOURCE

23. **0.17%** eprints.walisongo.ac.id

https://eprints.walisongo.ac.id/23786/1/Muhammad%20Hafidz_1905026122_Fu...

INTERNET SOURCE

24. **0.17%** eprints2.undip.ac.id

<https://eprints2.undip.ac.id/30944/3/Bab%20II.pdf>

INTERNET SOURCE

25. **0.16%** id.wikipedia.org

https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Semarang

INTERNET SOURCE

26. **0.16%** www.liputan6.com

<https://www.liputan6.com/regional/read/5878074/fakta-unik-candi-gedongsong..>

INTERNET SOURCE

27. **0.16%** www.indovisual.co.id

<https://www.indovisual.co.id/video-mapping-gedung/>

INTERNET SOURCE

28. **0.14%** shie-arch.blogspot.com

<http://shie-arch.blogspot.com/2012/06/konservasi-arsitektur.html>

INTERNET SOURCE

29. **0.13%** eskripsi.usm.ac.id

<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/C51A/2017/C.511.17.0037/C.511.17.0037-0..>

INTERNET SOURCE

30. **0.12%** ojs.uajy.ac.id

<https://ojs.uajy.ac.id/index.php/komposisi/article/view/1094>

INTERNET SOURCE

31. **0.11%** repository.upi.edu

http://repository.upi.edu/28460/4/S_PSI_1106222_Chapter1.pdf



REPORT #27533983

INTERNET SOURCE	
32. 0.11% thetravelearn.com	●
https://thetravelearn.com/2015/01/14/jejak-cheng-ho-di-klenteng-sam-poo-kon...	
INTERNET SOURCE	
33. 0.11% kc.umn.ac.id	●
https://kc.umn.ac.id/id/eprint/34339/3/BAB_II.pdf	
INTERNET SOURCE	
34. 0.11% rama.unimal.ac.id	●
https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/6588/5/Full-text.pdf	
INTERNET SOURCE	
35. 0.1% www.kompasiana.com	●
https://www.kompasiana.com/dahliahahaha/659bce25c57afb1a42515b02/daya...	
INTERNET SOURCE	
36. 0.1% david-pranata.com	●
https://david-pranata.com/menyajikan-data-dan-informasi/	
INTERNET SOURCE	
37. 0.09% www.rukita.co	●
https://www.rukita.co/stories/sam-po-kong	
INTERNET SOURCE	
38. 0.09% id.wikipedia.org	●
https://id.wikipedia.org/wiki/Candi_Gedong_Songo	
INTERNET SOURCE	
39. 0.09% www.kompasiana.com	●
https://www.kompasiana.com/riowibis8804/63d69a7d08a8b543f2379353/sejara...	
INTERNET SOURCE	
40. 0.09% threeas.wordpress.com	●
https://threeas.wordpress.com/2012/02/08/trip-to-semarang-episode-lawang-se..	
INTERNET SOURCE	
41. 0.09% jurnalilmiah.org	●
https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/majemuk/article/download/551/376/..	
INTERNET SOURCE	
42. 0.08% djpb.kemenkeu.go.id	●
https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/jabar/id/profil/sejarah.html	



REPORT #27533983

INTERNET SOURCE

43. **0.07%** www.slideshare.net

<https://www.slideshare.net/slideshow/proyektor/29362194>

INTERNET SOURCE

44. **0.07%** eprints.ums.ac.id

https://eprints.ums.ac.id/27370/4/04.BAB_I.pdf

INTERNET SOURCE

45. **0.07%** jurnal.stieparapi.ac.id

<https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/jtec/article/download/81/89/207>

INTERNET SOURCE

46. **0.06%** www.slideshare.net

<https://www.slideshare.net/slideshow/candi-gedong-songo-sejarah-wajib/2995...>

INTERNET SOURCE

47. **0.06%** nagantour.com

<https://nagantour.com/candi-gedong-songo/>

INTERNET SOURCE

48. **0.06%** www.pajak.go.id

<https://www.pajak.go.id/id/artikel/pesona-indonesia-kota-lama-semarang-mera..>

INTERNET SOURCE

49. **0.06%** animation.binus.ac.id

<https://animation.binus.ac.id/2022/10/21/the-making-of-penyebab-jerawat-pad...>

INTERNET SOURCE

50. **0.06%** jips.fkip.unila.ac.id

<https://jips.fkip.unila.ac.id/index.php/E3J/article/download/24411/15987>

INTERNET SOURCE

51. **0.05%** sejarahsemarang.wordpress.com

<https://sejarahsemarang.wordpress.com/2012/08/13/cagar-budaya/>

INTERNET SOURCE

52. **0.05%** media.neliti.com

<https://media.neliti.com/media/publications/167371-ID-peran-dan-perkembang...>

INTERNET SOURCE

53. **0.05%** rcf-indonesia.org

<https://rcf-indonesia.org/home/index.php/JOSEAMB/article/download/215/227/...>



REPORT #27533983

INTERNET SOURCE

54. **0.05%** www.tempo.co

<https://www.tempo.co/hiburan/misteri-candi-gedong-songo-wisata-sejarah-di-k..>

INTERNET SOURCE

55. **0.04%** journal.asdkvi.or.id

<https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Imajinasi/article/download/16/48/134>

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.12%** journal.asdkvi.or.id

<https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Imajinasi/article/download/16/48/134>

INTERNET SOURCE

2. **0.02%** eskripsi.usm.ac.id

<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/C51A/2017/C.511.17.0037/C.511.17.0037-0..>