

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan (Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

**Joko Joko Bintarto**

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Universitas Potensi Utama (Kota Medan)  
jokobintarto@potensi-utama.ac.id

**Indah Siti Indah Lestari**

Program Studi Desain Interior  
Universitas Potensi Utama (Kota Medan)



Kota Medan memerlukan promosi digital kawasan wisata. Peranan media promosi wisata sangat penting untuk memberikan informasi keadaan wilayah dan fasilitas yang ada di tempat wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Penelitian ini dibuat untuk merancang media promosi kota Medan, kawasan wisata yang dipilih sebagai studi kasus yaitu Medan Heritage, kawasan dengan bangunan bersejarah di kota Medan yang memiliki nilai historis tinggi sehingga memberikan ciri khas dan keunikan kota Medan dan membangun citra wisata Heritage. Perancangan promosi tersebut dilakukan dengan pemanfaatan video animasi 3 dimensi sebagai media promosi. Media video animasi 3 dimensi dinilai mampu memberikan kontribusi dalam mempromosikan tempat wisata dengan mensimulasikan tempat wisata tersebut seperti aslinya. Informasi ini berguna untuk calon wisatawan agar mendapatkan gambaran kawasan wisata yang akan dikunjungi dan dapat meningkatkan minat untuk berwisata. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Desain (Desain Komunikasi Visual) melalui tahapan Analisis, Sintetis dan Evaluasi. Juga menggunakan teknik pengumpulan data didapatkan melalui literatur, kuesioner dan observasi sebagai bagian dari tahapan Analisis. Hasil dari penelitian ini adalah karya video animasi 3D yang mensimulasikan kawasan Medan Heritage sebagai kawasan wisata dengan bangunan bersejarah di kota Medan seperti Istana Maimun, Masjid Raya Al Mashun, PT. PP London Sumatera, dan Kantor Pos agar seperti aslinya.

Diterima:  
20 September 2020  
Direvisi:  
2 Oktober 2020  
Disetujui:  
9 Oktober 2020

*Kata Kunci:* Animasi 3D, Promosi Wisata ,Kawasan Medan Heritage.

## PENDAHULUAN

Animasi adalah suatu usaha untuk membuat presentasi statis menjadi hidup. Animasi merupakan perubahan visual sepanjang waktu dan memberi kekuatan besar pada proyek multimedia (Vaughan. 2004). Dalam animasi 3D, perangkat lunak menciptakan real virtual dalam 3 dimensi dan perubahan (gerakan) dihitung dari 3 aksis (x, y, dan z). Hal ini membuat imaji atau objek yang diciptakan tampak muka, belakang, samping, atas, dan bawah dapat bergerak mendekati dan menjauhi pemirsa, atau dalam sumber cahaya virtual dan sudut pandang, mengizinkan pemirsa untuk menjelajahi dan melihat seluruh bagian objek dari semua sudut (Vaughan. 2004). Pemanfaatan teknologi informasi dalam pembuatan media adalah animasi 3 dimensi. Animasi 3 dimensi memberikan informasi berupa simulasi suatu objek yang hampir menyerupai aslinya. Objek dalam penelitian ini adalah tempat wisata ada di kota Medan.

Berbicara mengenai tempat wisata yang ada di kota Medan tidak terlepas peran aktif masyarakat ataupun instansi untuk melestarikan dan juga mempromosikannya sehingga menjadi asset pendapatan. Promosi tempat wisata berperan sebagai pendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan, dan membedakan tempat wisata yang dipromosikan dengan tempat wisata lainnya (Soebagyo. 2012). Suryadana dan Octavia (2015) menyatakan promosi wisata adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual beli) dalam memperkenalkan tempat wisata. Yim, Cicchirillo dan Drumwright (2012) mengatakan, penggunaan Animasi 3 dimensi dapat memberikan informasi iklan dan penyampaian informasi menjadi lebih efektif. Berdasarkan pernyataan tersebut, media animasi 3 dimensi dapat digunakan dalam mempromosikan tempat wisata dengan simulasi tempat wisata tersebut seperti aslinya. Pemilihan media menjadi faktor utama dalam meningkatkan strategi dan kualitas promosi wisata dalam menyajikan informasi yang lebih lengkap dan menarik kepada calon wisatawan. Pada perjalanan sejarahnya, kota Medan mewariskan sejumlah bangunan yang bernilai historis, sebagai salah satu bukti dari eksistensi dan kejayaan kota pada masa lampau. Bangunan-bangunan bersejarah merupakan arsip arsitektur bangunan tua yang bernilai estetis dan memiliki nilai historis. Hall dan McArthur (1996) mengelompokkan definisi menjadi 2 bagian yaitu, Heritage sebagai warisan budaya dapat berupa kebendaan

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

(Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari

---

(*tangible*) seperti arsitektur bangunan, monumen, rumah ibadah, alat musik, baju adat, peralatan, kerajinan tangan, dan warisan budaya yang tidak berwujud kebendaan (*intangible*) berupa berbagai atribut kelompok atau masyarakat, seperti norma, tata nilai, cara hidup, dan *folklore*. Wali Kota Medan, Drs. H. T. Dzulmi Eldin, S.M. Si., dalam Seminar Hasil Penelitian Bangunan Bersejarah/Heritage yang Layak Direnovasi/Dipelihara, menyatakan ”Bangunan warisan budaya di Medan merupakan aset yang tidak ternilai dan tidak dapat ditemukan lagi di masa mendatang. Jika bangunan itu tidak dilestarikan maka Medan kehilangan identitasnya” (Pemerintah Medan, 2020). Terkait promosi wisata di kota Medan, penelitian ini memilih kawasan Medan Heritage yang meliputi Istana Maimin, Masjid Raya Al Mashun, PT PP London Sumatera, dan Kantor Pos menjadi studi kasus dalam pemanfaatan media Animasi 3 Dimensi sebagai promosi wisata kota Medan. Sehubungan dengan itulah dibuat media Animasi 3 Dimensi dengan tujuan memberikan informasi yang jelas dan lengkap dengan membuat simulasi kawasan Medan Heritage yang hampir menyerupai aslinya.

## **METODE**

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang melibatkan proses perancangan yaitu pembuatan media promosi kota Medan dengan animasi 3 dimensi, berdasarkan hal tersebut metode yang digunakan yaitu metode desain komunikasi visual. Metode desain komunikasi visual sebagai metode penelitian desain, seperti yang dinyatakan oleh Zainudin (dalam Said dan Cahyadi (2017), Metode desain sebagai prosedur penelitian desain memuat prosedur: analisis, sintesis dan evaluasi. Dalam proses analisis tugas desainer mengenali dan menganalisis semua masalah yang berkaitan teknis, komersial, produksi, fungsi distribusi dan ergonomi; dalam proses sintesis, desainer mencari dan mengembangkan model; kemudian hasil yang dicapai di evaluasi berdasarkan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Pada dasarnya mendesain adalah proses yang melibatkan alat untuk memproses (informasi) dan subjek yang diproses (masalah), serta prosesor (desainer). Solusi hati-hati dan cerdas hanya bisa diproduksi dengan melakukan secara bertahap dan proses desain yang sistematis dengan metodologi desain yang benar (Said dan Cahyadi, 2017). Desain animasi 3 dimensi promosi kota Medan berfokus pada desain visual yang berlandaskan pada prinsip-prinsip estetika dalam desain komunikasi visual.

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

## (Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

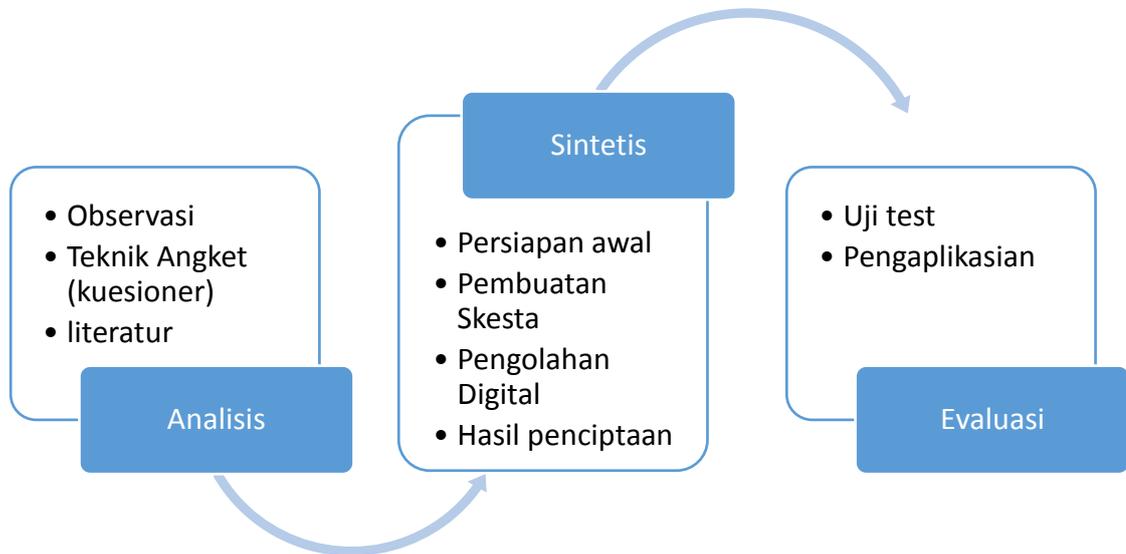
**Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari**

---

Prinsip-prinsip ini digunakan sebagai pedoman dalam mendesain dan mengedit grafik, baik statis maupun dinamis atau animasi (Seels, 1993).

Kebutuhan terhadap pembuatan media promosi kota Medan melalui animasi 3 dimensi menggunakan pendekatan desain komunikasi visual, di mana Desain Komunikasi Visual menurut said dan Cahyadi (2017) adalah bidang ilmu yang bertujuan untuk menemukan solusi (pemecahan masalah) di ranah komunikasi visual yang metodologinya dilakukan melalui proses sistematis, yaitu dengan pengolahan atau penataan elemen visual menjadi bahasa visual yang menarik minat atau perhatian, memiliki nilai estetis dan mudah dipahami, di mana "bahasa visual" adalah implementasi dari isi pesan atau informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak sasaran. Teknik Animasi 3 dimensi dipilih karena memuat bahasa visual yang menarik minat perhatian, seperti yang dinyatakan oleh Arunrangsiwed (2014), *"Some audiences of the movie still sat and watched the end credit, if the end credit was made by animation. As we could see that animation has appeared in many media which is to gain the attention of the target audiences"*.

Pengumpulan data didapatkan melalui studi literatur, kuesioner, dan observasi. Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan minat dan pemahaman tentang pemanfaatan media Animasi 3 Dimensi sebagai promosi wisata kota Medan khususnya kawasan Medan Heritage. Hasil dari angket (kuesioner) ini dijadikan acuan dalam membuat rancangan Animasi 3 Dimensi. Angket dilakukan secara daring dengan memanfaatkan Google formulir. Kategori responden meliputi usia, jenis kelamin, domisili (tempat tinggal). Jumlah pertanyaan yang diajukan dalam angket sebanyak 8 pertanyaan yang berisi pilihan berganda. Target Responden adalah mahasiswa dan dosen yang ada di Universitas Potensi Utama Medan. Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang akan dilakukan (Riduwan, 2010). Tahapan ini melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian pada kawasan Medan Heritage seperti Istana Maimun, Masjid Raya Al Mashun, PT PP London Sumatera, dan Kantor Pos. Selain itu, metode perancangan yang akan dilakukan dalam penelitian ini seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan metode penelitian desain (Desain Komunikasi Visual) Zainudin (dalam Azis dan Cahyadi, 2017) yang diterapkan pada perancangan media promosi kota Medan melalui media Animasi 3 dimensi.

(Sumber: Dokumen,peneliti)

Perancangan media animasi 3 dimensi diawali dengan tahapan analisis yang bertujuan untuk menganalisis masalah melalui pengumpulan data, data yang dikumpulkan adalah data primer berupa hasil observasi, angket, dan data sekunder dengan melakukan studi literatur. Tahapan sintesis merupakan tahapan mencari dan mengembangkan model dengan melakukan teknik rancangan media animasi meliputi persiapan awal dalam menentukan ide kreatif pada media animasi 3 dimensi selanjutnya melakukan tahapan pembuatan sketsa objek penelitian secara manual serta penggunaan aplikasi komputer dalam pengolahan digital seperti Google SketchUp, Adobe After Efek, dan Adobe Premiere yang menghasilkan karya desain video animasi 3 dimensi. Tahapan akhir dari perancangan ini adalah tahap evaluasi yaitu uji tes dalam bentuk angket dan pengaplikasian media animasi 3 dimensi menggunakan platform Youtube.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Promosi Wisata Heritage Kota Medan

Pada perjalanan sejarahnya, kota Medan mewariskan sejumlah bangunan yang bernilai historis, sebagai salah satu bukti dari eksistensi dan kejayaan kota pada masa lampau.

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

(Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

**Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari**

---

Bangunan-bangunan bersejarah merupakan arsip arsitektur bangunan tua yang bernilai estetis dan memiliki nilai historis. Menurut Hall & McArther (1996), dalam bukunya *Heritage Management*, definisi Heritage terdiri dari warisan budaya tak benda (*intangible*) dan warisan budaya benda (*tangible*). Warisan budaya kebendaan (*tangible*) yaitu seperti arsitektur bangunan, monumen, rumah ibadah, alat musik, baju adat, peralatan, kerajinan tangan, dan warisan budaya yang tidak berwujud kebendaan (*intangible*) yaitu berupa berbagi atribut kelompok atau masyarakat, seperti norma, tata nilai, cara hidup, dan folklore. Kawasan Heritage Medan dalam hal ini merupakan warisan budaya kebendaan. Warisan budaya perlu dilestarikan dan dipelihara juga perlu dimanfaatkan, seperti yang dinyatakan oleh Wali Kota Medan Dzulmi Eldin bahwa “Bangunan warisan budaya di Medan merupakan aset yang tidak ternilai dan tidak dapat ditemukan lagi di masa mendatang. Jika bangunan itu tidak dilestarikan maka Medan kehilangan identitasnya” (Pemerintah Medan, 2020).

Kota Medan memiliki beberapa kawasan wisata yang dapat diunggulkan khususnya kawasan Medan Heritage yang merupakan kawasan dengan gedung-gedung arsitektur bersejarah. Perlunya usaha promosi dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pilihan promosi melalui video animasi 3 dimensi sebagai pilihan yang mengikuti era masyarakat digital yang kehidupan sehari-harinya tidak lepas dari teknologi informasi digital. Selain itu juga seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pada pendahuluan, bahwa pilihan animasi 3 dimensi ingin menyajikan secara visual tempat wisata seperti dunia nyata. Ahmed telah mengulas bahwa informasi penting bagi wisatawan dapat lebih baik dengan media gambar (Ahmed, Z.U. 1996). Berkaitan dengan hal ini Ladkin (2000), menyelidiki bagaimana perilaku wisatawan terutama yang mau memilih daerah-daerah wisata menggunakan sumber informasi teks dan gambar. Berdasarkan hal tersebut, penggunaan animasi sebagai media informasi dinilai dapat menyajikan sesuatu yang tampak nyata sehingga lebih dapat menarik minat khalayak sasaran, dalam hal ini Yim dkk. (2004) menyatakan bahwa obyek 3D merupakan media penyampaian informasi yang efektif. Dalam hal ini Vaughan (2004) menyatakan, animasi adalah suatu usaha untuk membuat presentasi statis menjadi hidup. Animasi merupakan perubahan visual sepanjang waktu dan memberi kekuatan besar pada proyek multimedia.

### **Animasi 3 Dimensi**

Animasi sekarang ini sudah berkembang dengan adanya teknologi komputer sebagai perangkat untuk simulasikan suatu objek yang menyerupai bentuk aslinya, animasi ini adalah animasi 3 dimensi. Dalam animasi 3D, perangkat lunak menciptakan real virtual dalam 3 dimensi dan perubahan (gerakan) dihitung dari 3 aksis (x, y, dan z). Hal ini membuat image atau objek yang diciptakan tampak muka, belakang, samping, atas, dan bawah dapat bergerak mendekati dan menjauhi pemirsa, atau dalam sumber cahaya virtual dan sudut pandang, mengizinkan pemirsa untuk menjelajahi dan melihat seluruh bagian objek dari semua sudut (Vaughan. 2004). Penelitian yang terkait adalah tugas akhir Amrikahfi Ginting yang berjudul “Animasi 3D Menggunakan Augmented Reality Sebagai Media Pengenalan Warisan Budaya Kota Medan Kawasan Kota Mashun Dan Kesawan“ tahun 2018. Dalam penelitian tersebut bentuk Animasi 3D menggunakan *Augmented Reality*, di mana animasi 3D akan tampil pada layar virtual nyata secara *real-time*. *Augmented Reality* nyata, dan terdapat integrasi antar benda dalam tiga dimensi, yaitu benda maya terintegrasi dalam dunia nyata. Objek Animasi 3D yang ditampilkan Kawasan Kota tua di Medan seperti Masjid Raya Al Mashun, London Sumatera, Istana Maimun, PAM Tirtanadi, Kantor Pos Medan (Gambar 2).

### **Teknik Pengumpulan Data pada Perancangan Animasi 3 Dimensi**

Pengumpulan data primer melalui Kuesioner dilakukan sebagai bagian dari tahapan Analisis dan tahapan evaluasi dari metode Desain (Desain Komunikasi Visual) yang digunakan. Berdasarkan tahapan tersebut penyebaran angket dilakukan 2 tahapan yaitu pertama penyebaran angket sebelum proses perancangan media animasi 3 dimensi, kuesioner tahap satu merupakan implementasi dari tahapan analisis yaitu untuk mengenali dan menganalisis permasalahan yang bertujuan untuk menguji apakah khalayak sasaran mengetahui kawasan wisata kota Medan khususnya kawasan Medan Heritage. Sedangkan kuesioner yang dilakukan pada tahapan kedua untuk evaluais hasil rancangan media animasi berupa video animasi 3 dimensi.



Gambar 2. Tampilan Scene Kota Mashun pada Layar Virtual AR  
(Sumber : Dokumentasi Amrikahfi, 2018)

Kuesioner daring dilakukan melalui platform Google form, disebar dilingkungan civitas akademik Universitas Potensi Utama Medan. Jumlah responden sebanyak 74 responden terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia di atas 17 tahun hingga di atas 30 tahun. Pertanyaan kuesioner terdiri dari 8 pertanyaan. Dilihat dari pertanyaan kuesioner dapat dibedakan menjadi 3 bagian yaitu pada pertanyaan 1 sampai 3 berisi keterangan responden yaitu usia, jenis kelamin dan tempat tinggal (Tabel 1).

TABEL 1  
Jumlah Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, dan Tempat Tinggal

Kategori Responden	Jumlah Responden
Usia	
Usia > 17-30 tahun	64
Usia > 30 tahun	10
Jenis Kelamin	
Pria	44
Wanita	30
Tempat Tinggal	
Kota Medan	67
Di luar Kota Medan	5
Tidak mengisi	2

Pertanyaan 4 sampai 6 berisi pengetahuan kawasan Medan Heritage, dan media promosi yang pernah dilihat secara daring (Tabel 2).

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

(Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari

TABEL 2.

Jumlah Responden Berdasarkan Jawaban Nomor 4 s.d. 6

Pertanyaan dan Jawaban	Jumlah Responden
Apakah anda pernah traveling di kota Medan	
Ya	68
Tidak	3
Mungkin	2
Tidak menjawab	1
Apakah anda tahu kawasan Medan Heritage	
Ya	55
Tidak	12
Mungkin	6
Tidak menjawab	1
Media promosi wisata Medan Heritage apa yang pernah anda lihat secara online	
<i>Youtube</i>	40
<i>Facebook</i>	14
<i>Situs travel</i>	13
<i>Google</i>	2
tidak pernah	3
<i>Instagram</i>	1

Pertanyaan 7 dan 8 berisi tanggapan hasil penelitian berupa video animasi 3 dimensi kawasan Medan Heritage (Tabel 3).

TABEL 3.

Jumlah Responden pada Test Anket Video Animasi 3D Kawasan Medan Heritage

Pertanyaan dan Jawaban	Jumlah Responden
Dari video animasi 3 dimensi yang ada pada <i>chanel Youtube</i> (Video Animasi 3D kawasan Medan Heritage Daring. (n.d.)), berikan pilihan anda dari video tersebut	
Ya Suka	69
Tidak Suka	1
Biasa saja	4
Menurut Anda, apakah video ini bisa bermanfaat untuk promosi wisata yang ada di kota Medan	
Ya	65
Tidak	0
Mungkin	9

Jumlah responden yang menjawab pertanyaan 4 dan 6 yang merupakan rujukan bagi penelitian ini dalam merancang animasi 3 dimensi yang berhubungan dengan kawasan medan Heritage.

Berdasarkan hasil kuesioner di atas dapat diuraikan bahwasanya responden lebih suka *traveling* di kota medan, pengetahuan tempat wisata di kota medan khususnya pada kawasan Medan *Heritage* banyak mengetahuinya, dan media promosi wisata Medan Heritage banyak dilihat di Youtube. Proses dari teknik angket ini dilakukan sebelum perancangan dan akhir perancangan yang bertujuan potensi tanggapan responden terhadap promosi wisata kawasan medan Heritage dan animasi 3 dimensi sebagai media tersebut.

Selain kuesioner, observasi dilakukan sebagai implementasi dari metode desain (Desain Komunikasi Visual) pada tahap sintesis, yaitu desainer mencari dan mengembangkan model. Berdasarkan kebutuhan tersebut observasi ke lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data-data dari bentuk fisik bangunan yang berada di kawasan Medan Heritage yang digunakan sebagai model dalam rancangan animasi 3 dimensi yaitu terdiri dari gedung Istana Maimin, Masjid Raya Al Mashun, PT PP London Sumatera, dan Kantor Pos. Hasil observasi digunakan untuk menentukan model dari bentuk rancangan animasi 3 dimensi khususnya dalam penggambaran objek-objek gedung yang terdapat pada wilayah Medan Heritage.

### **Perancangan Animasi 3 Dimensi Kawasan Wisata Medan Heritage**

Tahap perancangan pada penelitian yang dilakukan merupakan tahap sintesis dari metode desain (Desain Komunikasi Visual), dalam proses sintesis, desainer mencari dan mengembangkan model. Tahap sintesis ini merupakan tahap implementasi gagasan-gagasan perancangan yang diperoleh dari tahap analisis, atau sebagai realisasi dari gagasan-gagasan. Realisasi memiliki arti proses menjadikan nyata; perwujudan, dan dapat diartikan sebagai proses menjadikan nyata (Hasil Pencarian - KBBI Daring, 2020). Pada proses realisasi diawali dengan persiapan awal berupa proses kreatif. Menurut Safanayong (2006), Desain adalah sebuah proses kreatif melalui pemikiran dan pengolahan data dan ditujukan sebagai pemecahan masalah atas fenomena yang terjadi. Hasil dari proses kreatif diperoleh dari hasil pengumpulan data yang sudah dilakukan sehingga menjadi sebuah ide kreatif berupa pembuatan video dan animasi 3 dimensi yang mengambil bentuk dan kondisi wilayah kawasan Medan Heritage. Tujuan dari perancangan promosi wisata Medan Heritage menggunakan media video dan animasi 3 dimensi adalah pemanfaatan media

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan (Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari

---

animasi sebagai media yang dapat menyajikan suasana kawasan wisata Medan Heritage seperti aslinya sebagai usaha promosi wisata kota Medan.

Tahap sintetis terdiri dari tahapan pembuatan sketsa sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan pada tahap analisis ke kawasan wisata Medan Heritage, gedung-gedung yang diobservasi yaitu Istana Maimun, Masjid Raya Al Mashun, PT. PP London Sumatera, dan Kantor Pos. Hasil Sketsa dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Sketsa Beberapa Bangunan yang Terdapat di Kawasan Wisata Medan Heritage

( Sumber : Dokumen, peneliti )

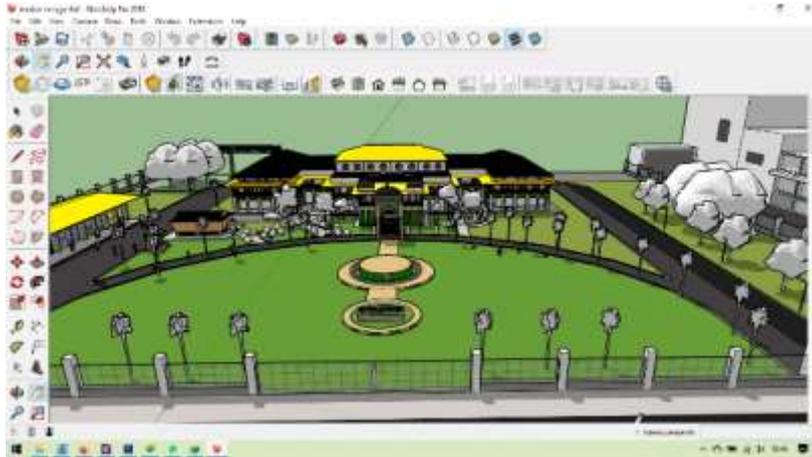
Tahapan berikutnya yaitu pengolahan digital . Pada proses ini menggunakan aplikasi komputer seperti Google SketchUp, Adobe After Effect, dan Adobe Premiere. Google SketchUp merupakan perangkat lunak yang dapat digunakan untuk memodelkan objek 2 dimensi maupun 3 dimensi . Beberapa fitur yang dipakai dalam pengolahan digital menggunakan *Google SketchUp* diantaranya *Modelling 3D* adalah proses mengembangkan representasi matematis dari setiap permukaan objek tiga dimensi (baik mati ataupun hidup) melalui perangkat lunak khusus. Model ini juga dapat secara fisik dibuat menggunakan perangkat percetakan 3 dimensi (Jostonchoniv dan Windarto, 2013). Proses *texturing* adalah proses pembuatan dan pemberian warna dan material pada objek yang telah selesai dimodelkan dengan tujuan untuk menunjukkan kesan nyata. Pemberian material pada objek 3D akan mendefinisikan rupa dan jenis bahan dari objek 3D (Handayani, 2011). Berikut (Gambar 4 dan 5) perancangan model 3 yang sudah diberikan tekstur dimensi dengan menggunakan *Google SketchUp*.

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

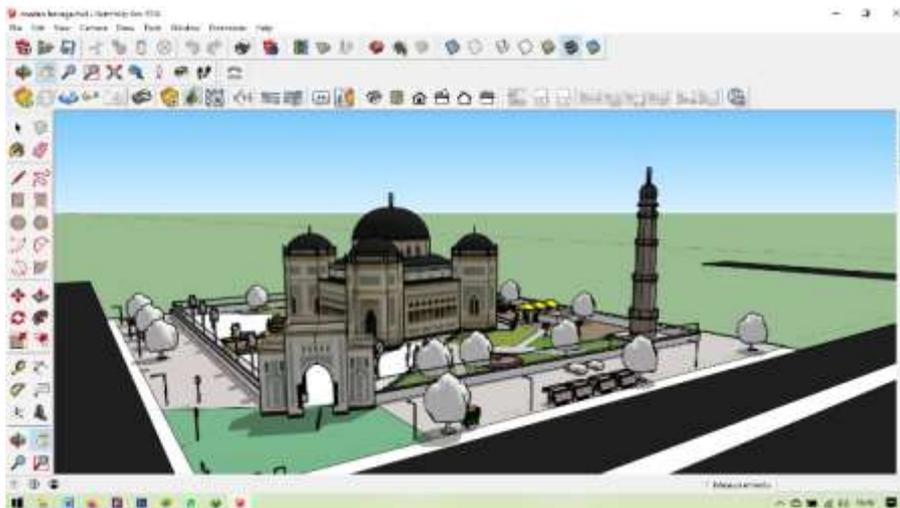
## (Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari

---



Gambar 4. Model 3 Dimensi dengan Tekstur pada Kawasan Istana Maimun  
( Sumber : Dokumen, Peneliti)



Gambar 5. Model 3 Dimensi dengan Tekstur pada Kawasan Masjid Raya Al Mashun  
( Sumber : Dokumen, Peneliti)

Fitur Scenes dalam SkechUp berfungsi untuk membuat efek animasi pergerakan kamera sehingga membuat objek 3 dimensi menjadi lebih hidup. Selanjutnya proses *rendering* 3 dimensi. *Rendering* 3D merupakan proses untuk membentuk sebuah gambar dari sebuah model yang dibentuk oleh perangkat lunak animasi, model tersebut berisi data geometri, titik pandang, tekstur, dan cahaya yang diperlukan untuk membuat gambar yang utuh (Ginting, Amrikahfi. 2018 ). *Rendering* 3D merupakan proses yang sangat penting dan telah digunakan untuk berbagai macam pengguna, seperti program

## Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

(Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari

---

permainan komputer, efek spesial pada film, dan program simulasi (Jostonchoniv dan Windarto, 2013). Proses *rendering* 3 dimensi menggunakan fitur *enscape* yang merupakan fitur tambahan pada *SkecthUp* yang dapat di unduh pada alamat website resminya (*Enscape Daring, tt*). Fitur ini berguna untuk proses *rendering* 3 dimensi yang menghasilkan tampilan model 3 dimensi hampir menyerupai aslinya (Gambar 6 dan 7).

Tahapan pengolahan digital selanjutnya adalah *editing* video animasi 3 dimensi dengan menggunakan aplikasi *Adobe After Effect* dan *Adobe Premeire*. *Adobe After Effect* adalah sebuah piranti lunak untuk kebutuhan *Motion Graphic Design*. Dengan perpaduan dari bermacam-macam piranti lunak desai yang telah ada, *After Effect* menjadi salah satu piranti lunak yang handal. Standar efek yang mencapai 50 macam lebih, yang sangat bisa untuk mengubah dan menganimasikan obyek. Di samping itu, membuat animasi atau efek dengan *Adobe After Effect* juga bisa dilakukan dengan hanya mengetikkan beberapa kode skrip yang biasa disebut dengan *Expression* untuk menghasilkan pergerakan yang lebih dinamis. (Perisic, 2013). Sedangkan *Adobe Premiere Pro* adalah program penyunting video yang merupakan bagian dari *Adobe System*. *Adobe Premiere Pro* memfasilitasi banyak efek *editing* dan *plug-in* yang bekerja secara cepat dan mendukung banyak format file audio maupun efek video (*Nooryadi Daring, tt*).



Gambar 6. Hasil *Rendering* pada Kawasan PT. PP London Sumatera  
( Sumber : Dokumen, Peneliti)



Gambar 7. Hasil Rendering pada Kawasan Kantor Pos Medan  
(Sumber : Dokumen, Peneliti)



Gambar 8. Efek Navigasi pada Dua Lokasi Kawasan Medan Heritage  
(Sumber : Dokumen, Peneliti)



Gambar 9. Efek Judul Text pada Lokasi Kawasan Istana Maimun  
(Sumber : Dokumen, Peneliti)

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan (Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari

---

*Video editing* adalah suatu proses memilih atau menyunting gambar dari hasil *shooting* dengan cara memotong gambar ke gambar (*cut to cut*) atau dengan menggabungkan gambar dengan menyisipkan sebuah transisi hingga menjadi suatu kesatuan yang utuh (Hendratman, 2017). Proses *editing* video animasi 3 dimensi pada penelitian meliputi proses *Mixing* dilakukan penggabungan antara hasil *editing* adegan satu dengan adegan yang lainnya. Proses *mixing* yang dilakukan, menggunakan piranti lunak *video editing* Adobe Premiere. Berikut hasil *editing* after efek (adegan) yang tersusun secara berurutan yang nantinya diproses *mixing* di Adobe Premiere (Gambar 10 pada lampiran).

Penambahan audio pada *editing* video menggunakan lagu khas Melayu Deli yang berjudul Serampang Laut mengartikan Selamat Datang di kawasan Medan Heritage. Tahap akhir adalah *Rendering* yaitu tahapan konversi atau proses untuk mengubah file project menjadi sebuah file yang dapat dijalankan di media lain. File project yang dimaksud adalah hasil dari *mixing* dan *editing* pada Adobe Premiere, kemudian diubah menjadi file video (*movie trailer*) sehingga dapat berjalan di piranti lunak *media player* lainnya (tidak hanya pada Adobe Premiere). Format video ditentukan pada tahap *rendering*.

Proyek ini menghasilkan, video (*movie trailer*) dengan menggunakan format video Quick Time codec H.264 (Supriyadi, 2019).

## **Implementasi Hasil Perancangan**

Tahapan implementasi merupakan bagian dari tahapan evaluasi pada metode desain (Desain Komunikasi Visual) Pada tahapan ini hasil dari perancangan berupa video animasi 3 dimensi kawasan Medan *Heritage* di ujikan melalui kuesioner kepada responden. Tujuan pengujian hasil perancangan Video animasi 3 dimensi promosi kawasan Medan Heritage yaitu untuk mendapatkan tanggapan dari khalayak sasaran terhadap hasil rancangannya. Kuesioner disebar secara daring melalui platform Google form, dan hasil perancangan dibagikan melalui platform video Youtube pada link <https://www.youtube.com/watch?v=YlpIxBLBzk> dengan subjek Video Animasi 3D kawasan Medan Heritage Daring. Adapun hasil tes angket dapat dilihat pada Tabel 3. Pemilihan platform video Youtube sebagai media penyebaran promosi kawasan Medan

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

(Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

**Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari**

---

Heritage berdasarkan hasil kuesioner, yang menunjukkan sebanyak 40 responden memilih Youtube sebagai media promosi Medan Heritage yang paling sering di lihat (lihat tabel 2).

Dari hasil angket di atas dapat disimpulkan bahwa 69 dari 74 responden memilih suka atau menunjukkan kepuasan terhadap hasil perancangan video animasi 3 dimensi promosi wisata Kawasan Medan Heritage. Hal tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan Video animasi melalui platform video Youtube mendapatkan respon positif cukup tinggi. Selain itu 65 dari 74 responden juga memberikan tanggapan bahwa Video animasi 3 dimensi bermanfaat untuk promosi kawasan Medan Heritage.

## **SIMPULAN**

Pemanfaatan media video animasi 3 dimensi sebagai media promosi kawasan wisata Medan Heritage yang didasarkan pada pemanfaatan teknologi digital dan menyesuaikan dengan kehidupan masyarakat digital hari ini menjadi sangat tepat. Pemanfaatan tersebut diimplementasikan dalam penelitian desain komunikasi visual yang menghasilkan perancangan Video animasi 3 dimensi berbasis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan pentingnya penggunaan metode penelitian desain (dalam hal ini Desain Komunikasi Visual berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Zainudin) dalam melakukan perancangan berbasis penelitian. Tahapan-tahapan metode desain membagi proses-proses penelitian dan perancangan secara sistematis dari tahap Analisis, Sintetis dan Evaluasi, di mana semua proses perancangan melalui tahapan ini, sehingga tahapan penelitian dan perancangan dapat diimplementasikan secara sistematis.

Pada tahap analisis, metode kuesioner berperan besar dalam mengetahui permasalahan sekaligus mengetahui solusinya, hasil kuesioner pada Tabel 1 menunjukkan responden didominasi oleh usia produktif di mana dapat ditafsirkan sebagai pengguna aktif dari gawai atau teknologi informasi digital sehingga dapat dipastikan direntang usia tersebut lebih menyukai informasi dalam bentuk visual. Tabel 2 menunjukkan responden didominasi oleh masyarakat Kota Medan dan mengetahui kawasan wisata di mana dapat ditafsirkan responden dapat ditentukan sebagai khalayak sasaran yang dituju. Pada tahap sintesis hasil observasi ke kawasan wisata Medan Heritage berperan besar sebagai sumber data dari model-model gedung Heritage yang dijadikan sebagai acuan dalam merancang karya video animasi 3 dimensi, selain itu tahap sintesis merupakan tahapan perancangan

# Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan

(Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

**Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari**

---

video animasi 3 dimensi sebagai instrumen utama dari rangkaian penelitian berbasis perancangan. Pada tahapan evaluasi hasil rancangan diujikan kepada responden, hasil kuesioner menunjukkan tingkat keberhasilan dari karya video animasi 3 dimensi sebagai media promosi kawasan wisata Medan Heritage sangat tinggi. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan media video animasi 3 dimensi sebagai media promosi kawasan wisata Medan Heritage berhasil digunakan sebagai media yang tepat untuk khalayak sasaran yang akrab dengan penggunaan teknologi informasi di mana mereka lebih menyukai informasi dalam bentuk visual, juga tampilan animasi 3 dimensi dapat memberikan gambaran kawasan wisata yang lengkap, sebagai simulasi kunjungan wisata sesuai dengan lokasi aslinya. Penggunaan platform Youtube sebagai media penyebaran promosi juga merupakan pilihan yang tepat karena memiliki daya jangkauan yang tinggi, mudah diakses dan berdasarkan kuesioner lebih disukai.

Promosi wisata Medan Heritage merupakan kegiatan dalam memperkenalkan potensi yang ada di kota Medan salah satunya yaitu kawasan Medan Heritage dengan bangunan bersejarah yang bernilai estetis dan bernilai historis. Usaha promosi wisata sangat penting dikarenakan akan menambah aset dan pendapatan Kota Medan. Media video animasi 3 dimensi yang digunakan sebagai media promosi wisata Kota Medan khususnya kawasan Medan Heritage lebih efektif digunakan sebagai media promosi sehingga dapat lebih bermanfaat. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan untuk berbagai pihak yang berkepentingan mempromosikan Kota Medan terutama pihak Pemerintah Kota Medan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan Teknologi Indonesia yang telah memberikan dana dengan nomor kontrak : 300/LL1/PG/2020 kepada penulis untuk melakukan penelitian ini, Bapak Edy Victor Haryanto S, M.Kom, sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Potensi Utama dan jajarannya atas dukungan yang telah diberikan, dan semua pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

## REFERENSI

- Ahmed, Z.U. 1996. The Need for the Identification of the Constituents of a Destination's Tourist Image: A Promotion Segmentation Perspective., Vol.14 No.1, Journal of Professional Services Marketing.
- Arunrangsiwed, Proud, S.W (2014), The Experimental Research Design of Animation-Based Learning Research, The 10th National and International Social Science Symposium "Social Innovation for Sustainable Development in ASEAN Community" 15 January 2014.  
[https://www.academia.edu/7188609/The\\_Experimental\\_Research\\_Design\\_of\\_Animation\\_Based\\_Learning\\_Research](https://www.academia.edu/7188609/The_Experimental_Research_Design_of_Animation_Based_Learning_Research)
- Enscape Daring. (n.d.). Diambil 29 September 2020, dari <https://enscape3d.com/download/>.
- Ginting, Amrikahfi. 2018. Animasi 3D Menggunakan Augmented Reality Sebagai Media Pengenalan Warisan Budaya Kota Medan Kawasan Kota Mashun dan Kesawan. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Hall, C. M., & McArthur, S. (1996). Heritage Management: An Introductory Framework. Auckland: Oxford University Press.
- Handayani, T.K. 2011. Pembuatan Animasi 3D Organ Reproduksi Manusia Untuk Meningkatkan Pemahaman Remaja Dalam Penyuluhan Kesehatan Reproduksi Remaja. Skripsi. Universitas Islam Negeri.
- Hendratman, H. (2017). The Magic of Adobe Premiere Pro. Jakarta: Informatika
- J.F. Fleron. 2009, Google SketchUp: A Powerful Tool for Teaching, Learning and Applying Geometry. Westfled: Westfled State College.
- Jostonchoniv, Yudhi windarto, 2013. Pembuatan film animasi cerita rakyat "the legend of Toba Lake". Jurnal Teknik Dan Ilmu Komputer UKRIDA.
- KBBI Daring. (t.t.). Diambil 29 September 2020, dari <https://kbbi.web.id/realisasi/>
- Ladkin, A. 2000, Research into Consumer Behaviour and Value Systems of Ecotourists. Vol.2 No.3, The International Journal of Tourism Research.
- Nooryadi Daring. (n.d.) diambil 29 September 2020, dari <http://www.ngubekilmu.com/2016/02/adobe-premierepro-editing-video.html>.

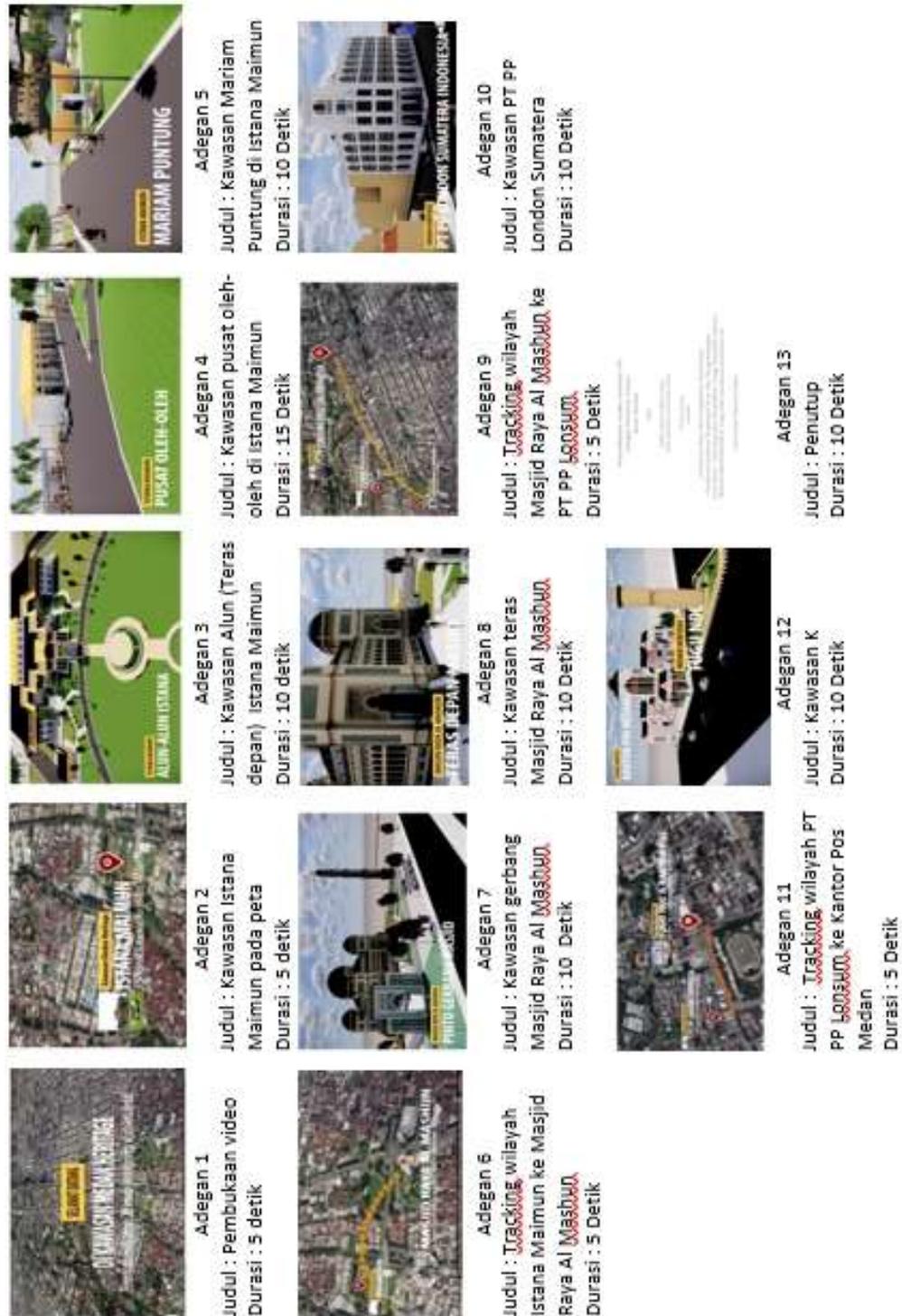
Pemanfaatan Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Wisata Kota Medan  
(Studi Kasus: Kawasan Medan Heritage)

Joko Joko Bintarto & Indah Siti Indah Lestari

---

- Pemerintah Medan (2020). Wali Kota Buka Seminar Akhir Hasil Penelitian Bangunan Bersejarah di Medan. [Pemekomedan.go.id](http://pemekomedan.go.id). Diakses 29 September 2020 .
- URL: <https://pemekomedan.go.id/artikel-19397-wali-kota-buka-seminar-akhir-hasil-penelitian-%20%20%20%20bangunan-bersejarah-di-medan.html>
- Said, Abdul Azis dan Cahyadi, Dian (2017). Design Of Learning Media with Visual Communication Design Methodology. International Conference on Education, Science, Art and Technology. ISSN 2581-1886. Vol 1, No. 1. Hal. 1-7. <https://ojs.unm.ac.id/icesat/article/view/4752>
- Soebagyo. 2012. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia*, Vol.1, No.2, Jurnal Liquidity
- Suryadana, M Liga dan Octavia Vanny. 2015. Pengantar Pemasaran Pariwisata, Bandung: Alfabes.
- Supriyadi. 2019. Pemanfaatan Plugin After Effect Untuk Produksi Film, vol.10, No.2, Jurnal komunikasi
- Safanayong, Yongky. 2006. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: Arte Intermedia
- Perisic, Z. (2013). Visual Effects Cinematography. United States: Focal Press.
- Vaughan, T. 2006. Multimedia : Making It Work. Yogyakarta: Andi.
- Video Animasi 3D kawasan Medan Heritage Daring. (n.d). . Diambil 30 September 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=YlpIxBLBzk>
- Yim, M.Y.C., Cicchirillo, V.J., Drumwright, M.E. 2012. THE Impact of Stereoscopic Three-Dimensional (3-D) Advertising: The Role of Presence in Enhancing Advertising Effectiveness. Vol.41 No.2, Journal of Advertising.

LAMPIRAN



Gambar 10. Susunan Adegan Video Animasi 3 dimensi  
(Sumber : Dokumen, Peneliti)