

**PERANCANGAN NASKAH DAN *STORYBOARD* DALAM VIDEO *FEATURE*  
TENTANG TRADISI *NYIRAMKEUN* PUSAKA KERAJAAN TALAGA MANGGUNG  
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**FEATURE VIDEO SCRIPTWRITING AND STORYBOARD OF TALAGA  
MANGGUNG ROYAL HERITAGE NYIRAMKEUN THROUGH TIKTOK SOCIAL  
MEDIA**

**Amelinda Desten Kerenhapukh Sinurat<sup>1</sup>, Yosa Fiandra<sup>2</sup>, Sri Dwi Al Noor<sup>3</sup>**

**<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung**

**amelindadksinurat@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, pichaq@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>,**

**rialnoorr@telkomuniversity.ac.id<sup>3</sup>**

---

**ABSTRAK**

Tradisi *Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung adalah tradisi tahunan yang turun temurun dilakukan oleh masyarakat Talaga dengan memandikan pusaka peninggalan Kerajaan Talaga Manggung sebagai penghormatan terhadap warisan leluhur dan ajang silaturahmi keluarga keturunan Kerajaan Talaga Manggung. Kurangnya penjangkauan kepada generasi muda di media sosial TikTok menjadi permasalahan yang dihadapi oleh Yayasan Talaga Manggung Simbar Kantjana selaku pengelola tradisi *Nyiramkeun*. Melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi dokumen, didapati bahwa tradisi *Nyiramkeun* tidak terlalu dikenal oleh generasi muda serta Yayasan Talaga Manggung Simbar Kantjana belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial yang relevan pada generasi muda terutama Gen Z untuk mengenalkan tradisi *Nyiramkeun*. Oleh karena itu tujuan perancangan tugas akhir ini dilakukan untuk dapat menyebarluaskan tradisi *Nyiramkeun* dengan memaksimalkan pemanfaatan media sosial TikTok kepada Gen Z di Kabupaten Majalengka. Konsep perancangan menggunakan pendekatan *visual storytelling* bertutur tematik dengan tiga bagian yaitu pembuka, isi, dan penutup untuk dapat menyampaikan informasi dengan gambar dan alur cerita yang terstruktur dan terarah dalam waktu yang singkat. TikTok menjadi media sosial yang dipilih karena dengan format video *feature* dengan 10 video berdurasi singkat dapat memperkenalkan *Nyiramkeun* dengan lebih efektif pada Gen Z. Teknik perancangan naskah dan *storyboard* yang dapat mengemas cerita secara utuh dan informatif sangat dibutuhkan agar isi pesan dari rancangan video *feature* ini dapat tersampaikan dengan tepat sasaran.

Kata kunci: *Nyiramkeun*, TikTok, Naskah, *Storyboard*, *Feature*

---

## **ABSTRACT**

*The Nyiramkeun tradition of the Talaga Manggung Royal Heritage is an annual tradition that has been carried out for generations by the Talaga community by bathing the relics of the Talaga Manggung Kingdom as a tribute to ancestral heritage and a gathering place for families of descendants of the Talaga Manggung Kingdom. The lack of outreach to the younger generation on TikTok social media is a problem faced by the Talaga Manggung Simbar Kantjana Foundation as the manager of the Nyiramkeun tradition. Through interviews, observations, questionnaires, and literature studies, it is found that the Nyiramkeun tradition is not well known by the younger generation and the Talaga Manggung Simbar Kantjana Foundation has not maximized the use of social media that is relevant to the younger generation, especially Gen Z, to introduce the Nyiramkeun tradition. Therefore the purpose of this final project design is to be able to disseminate the Nyiramkeun tradition by maximizing the use of TikTok social media to Gen Z in Majalengka Regency. The design concept uses a storytelling approach with three parts, the opening, content, and closing to convey information with structured and directed images and storylines in a short time. TikTok is the chosen social media because the feature format with 10 short videos can introduce Nyiramkeun more effectively to Gen Z. Script and storyboard design techniques that can package the story as a whole and informative are needed so the message of this feature video can be conveyed with the right target.*

*Keywords: Nyiramkeun, TikTok, Script, Storyboard, Feature*

---

## **1. Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang**

Tradisi Nyiramkeun Pusaka Kerajaan Talaga Manggung adalah tradisi mencuci pusaka yang dilakukan untuk menghormati warisan leluhur Kerajaan Talaga Manggung serta sebagai ajang silaturahmi bagi keluarga kerajaan. Tradisi ini diadakan setiap satu tahun sekali di bulan Safar tanggal belasan pada hari Senin di Museum Talaga Manggung. Pelaksanaan Nyiramkeun dikelola oleh Yayasan Talaga Manggung Simbar Kantjana. Walau telah menjadi tradisi yang turun-temurun, tetapi hingga saat ini generasi muda masih jarang yang mengetahui tentang tradisi ini. Dibuktikan lewat kuesioner yang telah disebar pada generasi muda di Majalengka, didapati 73 dari 101 responden yang didominasi Gen Z berusia 12-27 tahun tidak mengetahui tradisi Nyiramkeun. Melalui observasi yang dilakukan, pada saat tradisi Nyiramkeun, kehadiran Gen Z pun masih sangat minim. Berdasarkan wawancara dengan Pak Asep selaku budayawan dan penanggung jawab Nyiramkeun pada 29 April 2024, dikatakan bahwa yayasan belum memiliki medium yang secara resmi memperkenalkan tradisi Nyiramkeun. Penyebarluasan informasi mengenai

tradisi Nyiramkeun sebagian besar masih dilakukan secara tradisional. Hal ini menjadi beberapa faktor yang membuat Yayasan Talaga Manggung Simbar Kancana ingin tradisi Nyiramkeun dapat disebarluaskan dalam medium video yang sesuai di platform yang lebih relevan dan informatif bagi Gen Z Majalengka.

Media sosial menjadi salah satu media di internet yang berpengaruh besar dalam penyebaran informasi di generasi muda terutama Gen Z yang telah sejak lahir dikelilingi oleh teknologi. Salah satu media sosial yang populer dan berkembang dengan pesat saat ini adalah TikTok. Berdasarkan laporan dari (Kemp, 2023), Indonesia menduduki posisi kedua dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia pada April 2023 dengan jumlah 113 juta pengguna. Pada era modern sekarang ini isu budaya dan tradisi cenderung dianggap membosankan karena dianggap kuno dan tidak *up-to-date* sehingga untuk dapat menyebarluaskan tradisi *Nyiramkeun*, cara penyajiannya harus benar-benar diperhatikan baik dari segi cerita, visual, hingga audio dengan mempertimbangkan audiensnya. Video *Feature* dapat menjadi pilihan dalam menyajikan tradisi *Nyiramkeun* pada Gen Z yang menarik, informatif, dan bermanfaat. Konten-konten video di TikTok pun terus berkembang dengan berbagai format salah satunya seperti konten video berseri yang terdiri atas beberapa bagian dengan tema yang sama. Dengan kebutuhan yayasan, penyebarluasan tradisi *Nyiramkeun* dapat disajikan dalam 10 video *feature* yang merangkum keseluruhan kisah *Nyiramkeun* dengan tema dan keunikan tersendiri di setiap bagiannya. Pemanfaatan media sosial TikTok dapat menjadi upaya dalam membantu Yayasan Talaga Manggung Simbar Kantjana menyebarluaskan tradisi *Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung kepada Gen Z di Majalengka. Perancangan naskah dan storyboard berperan penting dalam setiap tahap perancangan tugas akhir ini untuk merancang ide cerita, menyusun 10 naskah video *feature* dan merancang menjadi *storyboard*. Video *feature* ini diharapkan dapat menjadi media yang dapat menjangkau dan menyebarluaskan tradisi *Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung kepada Gen Z di Majalengka.

## **2. Landasan Teori**

### **2.1. Tradisi**

Kata tradisi atau “tradition” dalam bahasa Inggris memiliki arti segala sesuatu yang seperti adat, kebiasaan, ajaran dan sebagainya yang diwariskan turun temurun dari nenek moyang dan masih terus dijalankan oleh masyarakat. Secara umum tradisi merujuk pada nilai, norma, dan adat-istiadat lama yang masih diterima, diakui, dan dipertahankan hingga kini oleh masyarakat tertentu (Poerwadarminta, 1982:1088).

### **2.2. Nyiramkeun Pusaka Kerajaan Talaga Manggung**

*Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung adalah tradisi yang dilakukan masyarakat Talaga di Museum Talaga Manggung setiap tahun pada hari Senin di tanggal

belasan pada bulan Safar. Tradisi *Nyiramkeun* dilakukan dengan tujuan untuk menjaga dan melestarikan pusaka peninggalan Kerajaan Talaga Manggung dan sebagai bentuk penghormatan kepada leluhur-leluhur yang mewariskannya, serta sebagai salah satu cara mempererat silaturahmi antar sesama keturunan Kerajaan Talaga Manggung dan masyarakat di Kecamatan Talaga. Bagi masyarakat Kecamatan Talaga, tradisi *Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung menjadi suatu kebanggaan tersendiri sehingga perlu dijaga agar tidak hilang tergeser zaman (Yuyun, 2010).

### **2.3. Media Sosial**

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dibuat atas ideologi dan teknologi web yang mengarah pada terjadinya pertukaran user-generated content. Media sosial bermanfaat dalam membangun jejaring sosial, mengadakan kampanye, hingga promosi dan pemasaran suatu produk atau jasa tertentu (Kaplan & Haenlein, 2010).

### **2.4. TikTok**

TikTok adalah aplikasi jejaring sosial yang digunakan oleh penggunanya untuk dapat membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek dengan filter khusus yang menarik disertai dengan musik. Sebagai media sosial, aplikasi TikTok dapat menjadi wadah informasi untuk berbagi ilmu, hiburan, hingga mempromosikan bisnis (Malimbe, Waani, dan Suwu, 2021).

### **2.5. Video**

Video adalah media elektronik yang menggabungkan teknologi audio visual secara bersamaan sehingga menghasilkan tayangan yang dinamis dan menarik (Yansip, 2019).

### **2.6. Feature**

Menurut Fred Wibowo (2007:186) *feature* adalah program yang membahas suatu pokok bahasan, yang diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi serta mengurai dan disajikan dalam berbagai format. Dalam satu topik, berbagai format seperti wawancara, pertunjukan, vox-pop, puisi, musik, nyanyian, sandiwara pendek, atau fragmen dapat dirangkai bersama. Hal yang penting dalam sebuah *feature* adalah setiap format harus membahas topik yang sama, dengan sudut pandang dan tinjauan yang berbeda.

### **2.7. Naskah**

Naskah adalah tulisan yang dijadikan acuan sutradara dan kru lainnya dalam melaksanakan proses produksi. Naskah berfungsi sebagai konsep dasar (*basic concept*), arah (*direction*), dan acuan (*reference*) (Susanti, 2021). Naskah adalah pedoman dalam menuangkan ide gagasan yang mengandung fakta dan data dalam susunan kalimat narasi serta jenis shot. Penulis naskah adalah seseorang yang bekerja membuat naskah dan memiliki keterampilan menerjemahkan gagasan atau ide menjadi tulisan yang bermakna.

### **2.8. Storyboard**

*Storyboard* adalah proses pra produksi paling utama untuk menampilkan pra visualisasi yang dirancang *frame-by-frame* secara berurutan sesuai dengan naskah yang telah dibuat.

*Storyboard* tidak hanya berfungsi sebagai panduan sehari-hari dalam mengatur pengambilan gambar, tetapi juga sebagai panduan dalam menghemat waktu dan anggaran dalam proses produksi (Hart, 2008). Menurut Andreas Dhimas (2013:12) terdapat 3 jenis *storyboard* yaitu *thumbnail*, *rough storyboard*, dan *clean up storyboard*. Elemen *storyboard* terdiri atas *rule of third*, *perspektif*, *komposisi*, *value* (Hart, 2008). Menurut Andreas Dhimas (2013:59-64) sudut pengambilan gambar atau biasa dikenal dengan istilah “camera angle” adalah pengambilan gambar dengan memperhatikan sudut atau letak kamera pada subjek gambar. Sudut pengambilan gambar terdiri atas *extreme long shot*, *long shot*, *medium shot*, *close up*, *extreme close up*, *up shot*, *down shot*, *over the shoulder*. Menurut Bambang Semedhi (2011) *Camera movement* adalah pergerakan gambar dalam video untuk menyampaikan pesan dan memberikan kesan menarik. *Camera movement* perlu digambarkan dalam *storyboard* untuk memberikan gambaran arah kamera yang dibutuhkan sutradara. Pergerakan kamera pada *storyboard* ditandai dengan tanda panah. Beberapa jenis *camera movement* yang seringkali digunakan adalah sebagai berikut: *still*, *pan*, *tilt*, *zoom*, *pedestal*, *tracking*, *handheld*.

## **2.9. Storytelling**

*Storytelling* merupakan kata dalam bahasa Inggris yang terdiri atas dua kata “story” dan “telling”. *Story* berarti cerita dan *telling* yang artinya menyampaikan atau dalam arti sifat bermakna jitu. Sehingga *storytelling* dapat didefinisikan sebagai cara untuk menyampaikan suatu cerita atau pesan secara jitu (Dhimas, 2013).

## **2.10. Visual Storytelling**

*Visual storytelling* adalah penyampaian cerita dengan menggunakan media visual yang dapat dilihat mata. Media visual yang paling umum digunakan adalah gambar yang terdiri dari foto, lukisan, sketsa, dan lain-lain. *Visual storytelling* dapat memberi gambaran visual awal tentang suatu cerita (Dhimas, 2013).

## **2.11. Prosedur Kerja Perancang Naskah dan Storyboard**

### **2.11.1. Pra Produksi**

Pada proses pra produksi perancang naskah dan *storyboard* terlebih dahulu mengumpulkan data serta referensi dan menganalisisnya. Dilanjutkan dengan pembuatan *storyline* untuk merangkum keseluruhan alur cerita dan subjek yang terlibat di dalamnya, kemudian dari *storyline* berkembang menjadi alur cerita yang lebih detail, membentuk susunan naskah yang lebih lengkap. Naskah yang telah disusun kemudian diterjemahkan dalam bentuk gambar, yaitu *storyboard*.

### **2.11.2. Produksi**

Dalam tahap produksi, perancang naskah dan *storyboard* bekerja sama dengan sutradara dan tim produksi mempersiapkan produksi video pendek dengan mengidentifikasi lokasi pengambilan gambar, merancang set untuk wawancara narasumber, mengatur jadwal syuting, dan menyusun anggaran. Perancang harus

memastikan seluruh tim produksi memahami naskah dan storyboard yang telah dibuat agar adegan yang diambil sesuai. Selama proses produksi tentunya akan ada perubahan-perubahan yang terjadi sesuai dengan kondisi di lokasi, sehingga perancang naskah dan storyboard harus siap merevisi dan menyesuaikan perubahan yang harus diambil selama produksi.

### **2.11.3. Pasca Produksi**

Dalam tahap pasca produksi perancang naskah dan *storyboard* bersama sutradara dan penyunting memastikan setiap hasil produksi selama syuting dan hasil *motion graphic* yang dituliskan dalam naskah dan digambarkan dalam *storyboard* telah sesuai, serta membantu mentranskripsikan adegan wawancara narasumber dalam bentuk *subtitle*. Bila ada perubahan selama penyuntingan, perancang naskah dan *storyboard* akan mengevaluasi dan memperbaikinya sesuai dengan hasil kesepakatan bersama.

## **2.12. Analisis Data**

### **2.12.1. Analisis Konten**

Analisis konten atau content analysis adalah analisis teks budaya dengan menggunakan prinsip kuantifikasi, dengan menghitung frekuensi kemunculan unsur visual (konten) pada imaji. Analisis konten dilakukan untuk mengetahui gejala atau signifikansi dari rangkaian tayangan visual. Signifikansi adalah gejala yang paling menonjol dari unsur visual yang bisa diketahui dengan cara menghitung frekuensi kemunculan unsur visual.

### **2.12.2. Analisis Matriks**

Analisis matriks adalah proses membandingkan dengan cara menjajarkan. Suatu matriks terdiri dari dua kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, dan sangat berguna dalam membandingkan seperangkat data dan menarik kesimpulan (Soewardikoen, 2021).

## **2.13. Segmentasi pasar**

Segmen pasar adalah suatu kelompok besar yang dapat diidentifikasi dan memiliki sekumpulan kebutuhan keinginan yang sama. Dalam menentukan segmentasi pasar dapat menggunakan segmen yang berpedoman pada karakteristik konsumen yaitu: karakteristik geografis, demografis, dan psikografis. Segmentasi geografis adalah pembagian menurut unit geografis seperti negara, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar. Segmentasi demografis adalah pembagian berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, penghasilan, agama, suku, generasi, kebangsaan, dan kelas sosial. Sedangkan, segmentasi psikografis adalah perilaku pembagian berdasarkan psikologis atau kepribadian, gaya hidup, atau nilai (Kotler & Keller, 2009).

### **3. Data dan Analisis Data**

#### **3.1. Metode Perancangan**

Metode perancangan yang dilakukan dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi dokumen, dan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan analisis konten dan analisis matriks.

#### **3.2. Data dan Analisis Objek**

##### **3.3. Data Khalayak Sasaran**

Melalui pengumpulan data, menunjukkan bahwa khalayak adalah Gen Z berumur 12-27 tahun yang tinggal di Majalengka dan senang menggunakan TikTok sebagai media sosial untuk menonton video dan video-video yang disukai adalah video-video berdurasi singkat.

##### **3.4. Data Hasil Wawancara**

Setelah melakukan wawancara dengan berbagai narasumber, dapat diambil kesimpulan bahwa tradisi *Nyiramkeun* dimulai dari sebuah sejarah panjang Kerajaan Talaga Manggung yang berpindah-pindah dari daerah satu ke daerah lainnya. Karena runtuhnya kerajaan, keturunan keluarga ingin tetap menjaga nilai Kerajaan Talaga Manggung lewat pusaka-pusaka tersisa yang ditinggalkan. Tradisi *Nyiramkeun* telah dilakukan turun temurun oleh keluarga kerajaan setiap tahun di bulan Safar tanggal belasan di hari Senin. Prosesi *Nyiramkeun* dilakukan dari arak-arakan pembawa pusaka dari Bumi Ageung diantarkan menuju museum, lalu penggabungan tujuh mata air dengan kembang tujuh rupa, setelah itu dilakukan proses pencucian oleh pihak keluarga dan ditutup dengan pembagian air bekas pencucian kepada masyarakat. Setiap elemen penting dalam *Nyiramkeun* seperti pusaka, air, kembang, sajen memiliki makna sejarahnya tersendiri sesuai dengan sejarah Kerajaan Talaga Manggung dahulu.

##### **3.5. Data Hasil Observasi**

###### **Observasi Upacara Nyiramkeun**

Dengan melihat proses utama dalam acara ini yaitu tradisi *Nyiramkeun*, proses pencucian yang dilakukan oleh keluarga kerajaan tidak hanya memperlihatkan pencucian pusaka sebagai tradisi saja tetapi juga menjadi cara bagi generasi Kerajaan Talaga Manggung saat ini untuk membangun hubungan atau tali silaturahmi yang baik. Proses pencucian yang membutuhkan kerja sama setiap anggota keluarga memberikan peluang bagi keluarga untuk berkomunikasi. Teknik mencuci yang dilakukan dengan seksama dan hati-hati menunjukkan rasa hormat terhadap leluhur.

###### **Observasi Museum Talaga Manggung**

Pada observasi lokasi, ketiga tempat memiliki keterkaitan dengan sejarah awal mula prosesi *Nyiramkeun*. Museum Kerajaan Talaga yang ada saat ini merupakan lokasi terakhir Kerajaan Talaga Manggung berdiri, di tempat ini keturunan keluarga kerajaan

yang masih tersisa, menjaga nilai tradisi yang ada dengan membuat acara *Nyiramkeun* ini. Terjaganya museum mengindikasikan kepedulian pengelola dan masyarakat dalam menjaga warisan budaya ini.



### Observasi Bumi Ageung

Bumi Ageung merupakan tempat penyimpanan benda-benda pusaka yang menjadi lokasi penting dalam prosesi *Nyiramkeun*. Situ Sangiang sebagai salah satu mata air yang digunakan untuk *Nyiramkeun* ini juga menjadi tempat penting dalam rangkaian prosesi karena menjadi salah satu lokasi Kerajaan Talaga Manggung pernah memerintah.

### Observasi Media Sosial TikTok

Pada observasi media yang dilakukan, didapatkan bahwa video tentang *Nyiramkeun* masih sedikit dan kurang terekspos. Video yang telah ada umumnya merupakan rekaman video amatir yang di-*upload* oleh masyarakat setempat yang hadir, informasi video pun kurang dapat menjelaskan tentang *Nyiramkeun* secara baik kepada orang awam.

## 3.6. Analisis Karya Sejenis

Ka Sa'o: Daur Hidup Rumah Adat Ngadha	Kisarasa Season 2 Episode 1 - Kisah Singkong dan Aneka Olahannya di Bumi Parahyangan	How Houthi Attacks in The Red Sea Impact Trade
		

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan, didapatkan bahwa penyusunan alur cerita yang runut, singkat, dan padat sangat dibutuhkan untuk dapat menyajikan suatu informasi dengan ringan dan mudah dipahami dalam sebuah video. Pada video “Ka Sa’o” alur cerita disajikan dengan runut dan detail, mulai dari pengenalan akan masyarakat Ngada, kepercayaan yang ada di dalamnya, pemaparan detail pelaksanaan ritual Ka Sa’o, hingga dampak dari perkembangan zaman terhadap nilai adat yang dapat mempengaruhi kekuatan dari generasi baru dalam mempertahankan tradisi. Setiap bagian dalam cerita ini disajikan dengan detail dalam durasi yang cukup panjang tetapi dapat diimbangi dengan visual yang dinamis. Video ini dapat menyampaikan informasi yang ada dengan visualisasi yang sesuai narasi dan dengan eksplorasi camera movement dan *angle* sehingga durasi yang panjang tidak membuat penonton merasa bosan. Dalam “Kisah Singkong dan Aneka Olahannya di Bumi Parahyangan” menampilkan cerita penelusuran asal mula sejarah dan perkembangan singkong dengan cara yang menarik menggunakan format penyajian video di TikTok dengan rasio 16:9 berbentuk video *landscape* yang dipotong dengan tambahan *headline* sebagai pengisi bagian kosong video, disertai *caption* video menjadikan referensi



bagi perancang dalam menyusun tulisan *headline* yang menarik bagi penonton. Bentuk cerita yang terbagi-bagi dalam beberapa bagian, menjadi referensi cara penyajian naskah, visual dari video yang lebih didominasi *eye level* dan *still shot* menjadikan video berfokus pada informasi yang disampaikan. Pada video “How Houthi Attacks in The Red Sea Impact Trade” informasi disajikan dengan jelas dan padat dalam durasi yang singkat. Penggunaan *motion graphic* yang didominasi *camera movement zoom* dapat menjadi referensi bagi perancang untuk memvisualisasikan informasi yang sulit tertangkap kamera.

#### 4. Konsep Perancangan

##### 4.1. Konsep Pesan

Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan ini adalah ingin mengenalkan tradisi *Nyiramkeun* lewat video *feature* berisi 10 bagian di media sosial TikTok yang disajikan secara informatif dan menarik bagi Gen Z dengan penuturan tematik. *Nyiramkeun* yang telah dilaksanakan turun temurun tentunya memiliki cerita sejarah yang menarik sampai terus berkembang seperti sekarang ini, sehingga dalam video *feature* ini tidak hanya membahas proses pelaksanaan *Nyiramkeun* saja, tetapi juga awal mula sejarah yang membentuknya, unsur-unsur wajib, dan kepercayaan yang timbul di masyarakat. Diharapkan dengan perancangan ini, tradisi *Nyiramkeun* dapat tersalurkan dan menjangkau Gen Z di Majalengka dalam pengenalan akan tradisi *Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung serta dapat memberikan perspektif baru bahwa tradisi daerah sekalipun dapat diperkenalkan dengan mengikuti perkembangan zaman lewat media sosial.

##### 4.2. Konsep Kreatif

Dengan bentuk *visual storytelling* bergaya tutur tematik, video *feature* ini akan disajikan dengan narasi oleh narator dari sudut pandang orang ketiga sebagai penggerak utama cerita yang memaparkan tradisi *Nyiramkeun* dari berbagai sisi. Mulai dari sisi sejarah, proses pelaksanaan, unsur penting, kebiasaan, hingga pandangan tokoh masyarakat yang nantinya akan divisualisasikan dalam *storyboard* sesuai dengan isi narasi lewat ragam komposisi dan *motion graphic* yang bergaya sederhana tetapi tetap dinamis. Perancangan ini menyajikan tradisi *Nyiramkeun* secara runtut dimulai dengan menceritakan sejarah awal mula Kerajaan Talaga Manggung sebagai leluhur yang mewariskan pusaka, sejarah terciptanya *Nyiramkeun*, proses pelaksanaan, hingga fenomena yang menjadi budaya para pengunjung setelah *Nyiramkeun* selesai dilaksanakan. Penyajian cerita lewat narasi disajikan secara runtut dengan bahasa formal yang ringan untuk memberikan kesan kewibawaan tetapi tetap dekat atau relevan dengan audiens sehingga unsur kerajaan yang terkandung dalam tradisi ini tetap terasa walau dalam bentuk penyajian yang lebih sederhana. Selain narasi yang dibawakan narator, video *feature* ini juga didukung pemaparan dari narasumber sebagai

pendukung dalam menyampaikan perspektif yang lebih luas dari sisi masyarakat yang telah hidup dengan tradisi ini.

Dalam 10 video ini terdapat satu teaser dan sembilan video pembahasan. Struktur cerita dalam video *feature* ini tersusun atas tiga bagian yaitu, pembuka, isi, dan penutup dengan penggunaan alur campuran. Dalam pembagiannya setiap video akan dimulai dengan pembuka berisi pengenalan dari tema setiap video. Pada bagian isi akan menceritakan inti dari bagian video dengan lebih rinci dan detail. Pada penutup akan diakhiri dengan kesimpulan dari video tersebut. Perancangan *storyboard* akan mengutamakan komposisi dan *motion graphic* untuk dapat menggambarkan visualisasi dari narasi dalam video dengan jelas dan mudah dipahami. Tipe-tipe shot akan lebih banyak menggunakan *eye level* dan *medium shot* sebagai *angle* dan *shot* utama sehingga dapat memperlihatkan *Nyiramkeun* secara dekat dan jelas. Penggunaan *motion graphic* juga menjadi hal penting untuk dapat memvisualisasikan informasi lain yang tidak dapat ditangkap kamera. *Motion graphic* akan menggunakan gaya sederhana tetapi tetap dinamis dengan mengkombinasikan *camera movement*, komposisi, dan penggunaan teks dan gambar yang sesuai. Berbagai komposisi diterapkan dalam perancangan *storyboard* ini dengan menggunakan komposisi garis, *rule of third*, dan perspektif agar dapat memberikan kesan dinamis dan tidak monoton. Komposisi *shot* dengan memperhatikan titik fokus juga ditambahkan untuk dapat membedakan *foreground*, *middleground*, dan *background* dalam memberikan kesan kedalaman.

#### 4.3. Konsep Media

Media perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah naskah dan *storyboard*. Penulisan naskah dilakukan menggunakan aplikasi Writer Duet. Ukuran kertas yang digunakan berukuran *Letter* dengan *font* Courier berukuran 12 point yang telah menjadi standar ukuran kertas naskah pada umumnya. Aplikasi penulisan naskah ini dipilih karena memiliki fitur-fitur penunjang dan format yang telah mendukung penulisan naskah sesuai standar. Sedangkan perancangan *storyboard* menggunakan aplikasi Medibang didukung oleh *template* dari website [film-storyboards.com](http://film-storyboards.com). *Storyboard* berukuran A4 dilengkapi 5 frame dengan aspek rasio 4:3. Tabel berisi cuts, picture, notes, dan time. Kolom pertama, cuts digunakan untuk memberi nomor pada shots. Kolom kedua yaitu *picture*, berisi gambar dari *shot storyboard*. Kolom ketiga, yaitu notes yang berisi *action*, *dialog*, dan lain-lain. Lalu pada kolom keempat yaitu *time* yang digunakan untuk menulis durasi dari *shot* yang tergambar dalam satuan detik.

Media penyebaran yang digunakan dalam memperkenalkan tradisi *Nyiramkeun* ini adalah melalui media sosial TikTok. Pemilihan aplikasi Tiktok didasarkan pada data kuesioner yang telah dilakukan pada 73 responden yang sebagian besar lebih sering menggunakan media sosial TikTok untuk menonton video. Selain itu, aplikasi TikTok juga

memiliki sistem yang lebih mudah dalam proses persebaran konten video, dengan penyampaian video yang menarik, kekonsistenan isi video, pemahaman minat pengguna TikTok, dan pemanfaatan fitur *like*, *share*, dan *comment*, dapat memudahkan penyebaran video yang lebih luas kepada pengguna TikTok di Majalengka bahkan di seluruh dunia. Sehingga dengan pilihan TikTok sebagai media penyebaran diharapkan dapat menjangkau penonton Gen Z dan tujuan dari pembuatan tugas akhir ini untuk menyebarluaskan tradisi *Nyiramkeun* dapat tersampaikan dengan baik kepada Gen Z.

#### **4.4. Proses Perancangan**

##### **4.4.1. Pra Produksi**

Proses pra produksi adalah tahap awal dalam tahapan membuat suatu film. Tahapan ini terdiri atas penentuan tim, pengumpulan dan penyusunan data, pengembangan konsep cerita, pembuatan *storyline*, penulisan naskah, perancangan *storyboard*, *budgeting*, dan penyusunan jadwal kerja.

##### **1. Storyline**

Bercerita tentang tradisi *Nyiramkeun* yang diadakan setiap tahun sebagai bentuk penghormatan pada leluhur dan ajang silaturahmi keluarga Kerajaan Talaga Manggung. Tradisi *Nyiramkeun* bermula dari sebuah kerajaan bernama Kerajaan Talaga Manggung yang pernah memerintah suatu wilayah di Majalengka. Runtuhnya pemerintahan Kerajaan Talaga Manggung menjadi awal mula *Nyiramkeun* diadakan sebagai cara generasi penerus menjaga nilai sejarah dan kekeluargaan dari Kerajaan Talaga Manggung. *Nyiramkeun* merupakan tradisi mencuci pusaka-pusaka kerajaan dengan kembang dan air dari 7 sumber mata air. Oleh keluarga kerajaan, acara ini terus dilakukan turun temurun hingga menjadi sebuah tradisi yang telah hidup dalam keluarga kerajaan hingga masyarakat. Keluarga kerajaan dan budayawan, terus berharap tradisi ini tidak luntur dan bisa terus dilestarikan dari generasi ke generasi.

##### **2. Alur Cerita**

Dalam perancangan tugas akhir ini, *feature* yang dirancang akan berbentuk 10 bagian, terdiri atas, trailer, dan sembilan video pembahasan. Sembilan video ini dikategorikan ke dalam tiga bagian yaitu sejarah pada video 1-3, bagian kedua yaitu prosesi pada video 4-7, dan bagian ketiga yaitu resolusi pada video 8-9. Dalam setiap video, cerita ditulis dengan bentuk *visual storytelling* bergaya tematik yang terdiri dari tiga bagian, yaitu pembuka, isi, dan penutup. Pembuka video diawali dengan pengenalan terhadap tema video. Kalimat pertama yang dibawakan oleh narator atau narasumber, menjadi awal pengenalan cerita. Isi berisi pemaparan informasi secara detail yang menjelaskan setiap topik dalam video melalui narasi atau pemaparan narasumber. Penutup video berisi kesimpulan. Berikut tema dari setiap bagian video:

Teaser	Cuplikan adegan-adegan dari video bagian 1-9
Bagian 1	Pengenalan Talaga
Bagian 2	Awal Mula Kerajaan Talaga
Bagian 3	Sejarah Dilaksanakannya <i>Nyiramkeun</i>
Bagian 4	Pelaksanaan <i>Nyiramkeun</i> Tahun 2023 (1)
Bagian 5	Pelaksanaan <i>Nyiramkeun</i> Tahun 2023 (2)
Bagian 6	Situ Sangiang dan Talaga Manggung
Bagian 7	Pusaka yang Dimandikan
Bagian 8	Masyarakat dan Air Bekas <i>Nyiramkeun</i>
Bagian 9	Harapan dari Keluarga dan Tokoh Budaya

### 3. Teknikal dalam Storyboard

#### Tipe Shot

Tipe *shot* yang digunakan dalam pembuatan *storyboard* ini disesuaikan dengan kebutuhan *shot* yang dipakai. Dalam perancangan ini tipe *shot* yang umum digunakan adalah *medium shot* dan *close up*.

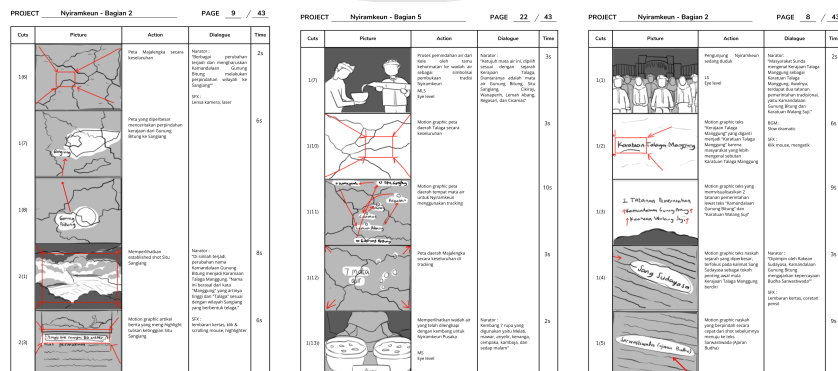
#### Camera angle

*Camera angle* yang umum digunakan adalah *eye level* untuk memberi kesan kedekatan dengan objek

#### Camera Movement

*Camera movement* yang umum digunakan adalah *zoom*, *dolly*, *tilt*, dan *follow pan* untuk memberi kesan kedinamisan pada *motion graphic*.

Selain itu dalam *storyboard* menggunakan ragam komposisi seperti perspektif satu titik hilang, *rule of third*, *leading line* simetris dan dinamis, serta penggunaan titik fokus. Langkah tahapan pembuatan *storyboard* telah dilakukan mulai dari *thumbnail*, *rough sketch* hingga *clean up*. Berikut hasil *clean up storyboard*:



#### 4.4.2. Produksi

Pada proses produksi dilakukan pengambilan gambar yang dilakukan penata kamera dipimpin oleh sutradara. Perancang naskah dan *storyboard* dalam tahap ini harus dapat memastikan narasumber, lokasi syuting, naskah, serta *storyboard* yang telah dibuat, sesuai dengan pengambilan gambar. Oleh karena itu penting bagi perancang naskah dan *storyboard* untuk selalu berkoordinasi dengan sutradara dan kru film lainnya. Tahap produksi menjadi tahap penentu dalam memastikan seluruh tahapan pra produksi telah sesuai dan disiapkan sebelumnya dengan matang.

#### 4.4.3. Pasca Produksi

Tahap terakhir dalam pembuatan video *feature* ini adalah pasca produksi. Tahap pasca produksi ini adalah penyuntingan gambar setelah proses pengambilan gambar telah dilaksanakan. Penyuntingan gambar dilakukan oleh editor dengan sutradara sebagai pemimpin. Perancang naskah dan *storyboard* dalam tahap ini berperan meninjau ulang seluruh naskah dan *storyboard* dengan hasil penyuntingan untuk memastikan kualitas dari perancangan yang dibuat dapat terlaksana dengan baik. Tahap ini penting untuk memastikan seluruh gambar yang telah diambil dan rancangan *motion graphic* sesuai dengan naskah dan *storyboard* serta tersusun secara utuh, tersampaikan dengan benar, dan menarik. Seluruh kru akan mengecek dan memastikan hasil akhir dari penyuntingan gambar dapat sesuai dengan konsep perancangan di awal.

### 5. Kesimpulan dan Saran

#### 5.1. Kesimpulan

Melalui video *feature* ini perancang naskah dan *storyboard* berperan dalam menerjemahkan ide dan konsep yang diciptakan oleh sutradara dalam susunan naskah dan penggambaran *storyboard* yang menjadi acuan dalam proses produksi hingga pasca produksi. Perancangan naskah dan *storyboard* disusun menggunakan *visual storytelling* dengan gaya tutur tematik yang terbagi atas tiga babak, pembuka, isi, dan penutup dengan visualisasi *storyboard* yang mengikuti isi narasi. Perancangan *storyboard* akan banyak menggunakan ragam komposisi dan *motion graphic* yang dinamis. Dengan durasi yang singkat menjadi tantangan bagi perancang naskah untuk dapat merancang setiap isi video *feature* ini dengan ringkas dan padat. Narasi menjadi penggerak utama cerita dengan didukung wawancara narasumber. Penyajian narasi dibawakan secara formal tetapi ringan sehingga tetap dapat memberikan kesan kewibawaan sebuah tradisi kerajaan tapi tetap dapat dipahami Gen Z. Cerita disusun secara runtut dengan alur campuran dan terstruktur dimulai dari sejarah dan pengenalan, prosesi, hingga menampilkan pandangan tokoh masyarakat terhadap *Nyiramkeun*. Diharapkan dari perancangan naskah dan *storyboard* dalam video *feature* tentang *Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung ini dapat menyebarluas dan menjangkau Gen Z di Majalengka dalam pengenalan akan tradisi *Nyiramkeun*.

## 5.2. Saran

Melalui tugas akhir dengan perancangan naskah dan *storyboard* dalam video *feature* berjudul “Nyiramkeun” ini perancang jadi memahami bagaimana mengolah ide menjadi sebuah cerita dalam bentuk naskah dan diterjemahkan menjadi storyboard yang baik dan benar serta dapat menjangkau audiens untuk lebih mengenal tradisinya sendiri. Perancang menyadari masih banyak kekurangan dalam perancangan video *feature* tentang *Nyiramkeun* Pusaka Kerajaan Talaga Manggung ini. Adapun saran yang bisa perancang sampaikan sebagai seorang perancang naskah dan *storyboard* untuk dapat mempelajari dan menggali lebih dalam tentang objek yang diangkat, wawasan terhadap teknik perancangan naskah dan *storyboard*, serta mengeksplorasi ide dan konsep yang lebih menarik lagi dalam menyajikan suatu cerita yang diangkat sehingga dapat memberi perspektif baru di dalam masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansory, M. Z. A., & Adi, A. E. (2024). Impact of radicalism and terrorism through social media among youth in the Film *The Lone Wolf Next Door*. *International Journal of Visual and Performing Arts*, 6(1), 36-51. <https://doi.org/10.31763/viperarts.v6i1.1296>
- Bawani, I. (1993). *Tradisionalisme dalam Pendidikan Islam*. Surabaya: Al Ikhlas.
- Bluth, D. (2004). *Don Bluth's Art of Storyboard*. DH Press.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Dhimas, A. (2013). *Cara Mudah Merancang Storyboard Untuk Animasi Keren*. TAKA Publisher.
- Erdhina, A. (2019). Short Feature As A Program For Creative Industry in Bandung City For Social Media. *6th Bandung Creative Movement 2019*, 424-427.
- Fachrudin, A. (2012). *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fiandra, Y. (2020). Teknik Fotografi Flatlay Sebagai Bentuk Strategi Marketing Online Instagram. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 2(1), 1-7.
- Hart, J. P. (2008). *The Art of the Storyboard: A Filmmaker's Introduction*. Elsevier/Focal Press.
- Herrman, J. (2019, Maret 10). *How TikTok Is Rewriting the World*. The New York Times. Retrieved Mei 19, 2024, from <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, Unite! The Challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2023, Mei 11). *TikTok Users, Stats, Data, Trends, and More — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal. Retrieved March 19, 2024, from [https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm\\_source=DataReportal&utm\\_medium=Country\\_Article\\_Hyperlink&utm\\_campaign=Digital\\_2023&utm\\_term=Indonesia&utm\\_content=Facebook\\_Stats\\_Link](https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2023&utm_term=Indonesia&utm_content=Facebook_Stats_Link)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas* (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

- Maharrani, A. (2019, Mei 16). *Generasi Z Pengguna Internet Terbesar di Indonesia*. Beritagar. Retrieved Mei 20, 2024, from <https://beritagar.id/artikel/berita/generasi-z-pengguna-internet-terbesar-di-indonesia>
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A.A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Ilmiah Society*, 1(1).
- Miharja, D. (2015). Tradisi Wuku Taun sebagai Bentuk Integrasi Agama Islam dengan Budaya Sundah pada Masyarakat Adat Cikondang. *el Haraka: Jurnal Budaya Islam*, 15(1), 65-79.  
<https://doi.org/10.18860/el.v15i1.2673>
- Muqaffi, A. (2017). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Proses Rekrutmen Batch 3 Mahar Agung Organizer.
- Poerwadarminta, W. (1982). *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (6th ed.). Jakarta: Balai Pustaka.
- Pratista, H. (2017). *Memahami Film Edisi 2*. Yogyakarta: Montase Press.
- Pratiwi, R. W. (2023, Oktober 27). Efektivitas Aplikasi Tiktok sebagai Pelestari Tradisi Siraman dalam Pernikahan Adat Jawa di AKSARA Wedding Organizer. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 71-78. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.2496>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Santoso, M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 47-51.  
<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Semedhi, B. (2011). *Sinematografi - Videografi: Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (cet.1). Yogyakarta: Kanisius.
- Suprpto, T. (2013). *Berkarier Di Bidang Broadcasting*. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Susanti, I. (2021). *Seputar Naskah Televisi, Pengetahuan Dasar Untuk Pemula*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syam, N. (2005). *Islam Pesisir*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- TikTok. (2022, Februari 22). *Format Storytelling untuk Mendorong Kinerja*. Tiktok: For Business. Retrieved May 6, 2024, from [https://www.tiktok.com/business/library/Storytelling\\_One\\_Pager\\_ID.pdf](https://www.tiktok.com/business/library/Storytelling_One_Pager_ID.pdf)
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Yuyun. (2010). *Talagamanggung dalam Sejarah dan Peninggalannya*. Majalengka: Yayasan Talagamanggung