

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIST *CONTENT CREATOR***

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VIDEO PROMOSI DESA WISATA**  
**BUKIT PANGUK**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh:**

Rafiq Ahmad Hasibuan

18.96.0420

**Dosen Pembimbing:**

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VIDEO PROMOSI  
DESA WISATA BUKIT PANGUK**

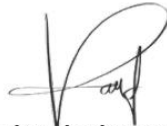
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rafiq Ahmad Hasibuan  
18.96.0420**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 30 Januari 2023

**Dosen Pembimbing**



**Kartika Sari Yudaninggar S.I.Kom., M.A.**

**NIK. 190302444**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VIDEO PROMOSI**  
**DESA WISATA BUKIT PANGUK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rafiq Ahmad Hasibuan**

18.96.0420

Telah dipertahankan di depan Dewan  
Penguji Pada tanggal 22 Februari 2023

**Susunan Dewan penguji**

Nama Penguji

Tanda Tangan

**Kartikasari Yudaninggar S.I.Kom., M.A**

NIK. 190302444



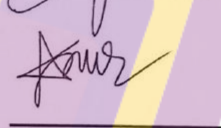
**Andreas Tri Pamungkas, M.A**

NIK. 190302522



**Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si**

NIK. 190302478



Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**DEKAN FALKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Lutfi, S.T. M.Kom**  
NIK. 190302125

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Rafiq Ahmad Hasibuan  
NIM : 18.96.0420  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Rafiq Ahmad Hasibuan

NIM.18.96.020

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang dengan ikhlas meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam penulisan maupun penyelesaian tugas akhir ini.
5. Pengelola Bukit Panguk yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan tugas akhir.
6. Orang tua dan saudara saudariku yang selalu memberikan dukungan dan doa, tidak terputus selalu menyertai segala perjalanan dan perjuangan penulis, semoga kita menjadi keluarga besar yang selalu rukun dan damai.
7. Rekan-rekan yang selalu membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 20 Februari 2023



Rafiq Ahmad Hasibuan

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
ABSTRAK .....	ix
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan .....	8
1.4 Manfaat .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II .....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Referensi Karya .....	9
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Promosi .....	12
2.2.2 Video Promosi .....	12
2.2.3 Sinematografi .....	13
2.2.4 Teknik Sinematografi .....	14
2.2.5 Pergerakan Kamera ( <i>Camera Movement</i> ) .....	19

BAB III .....	20
RENCANA PERANCANGAN .....	20
3.1. Gambaran Rancangan Karya .....	20
3.1.1 Judul <i>content</i> dan Kategori <i>content creator</i> .....	20
3.1.2. Format Konten : .....	20
3.1.3. Format Media : .....	20
3.1.4. Volume Konten .....	21
3.1.5. Target Audiens: .....	21
3.1.6. Periode Publikasi Konten .....	21
3.2 Gambaran Pesan Karya .....	22
BAB IV .....	24
ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI .....	24
4.1. Deskripsi Karya .....	24
4.2 Peran Videografer dalam produksi karya .....	24
4.3 Penerapan teknik sinematografi dalam produksi karya .....	25
4.4 Uraian Proses Produksi .....	31
4.5 Kendala dan Pemecahan Masalah .....	33
BAB V .....	34
PENUTUP .....	34
5.1 Kesimpulan .....	34
5.2 Saran .....	34
DAFTAR PUSTAKA .....	36
LAMPIRAN .....	37

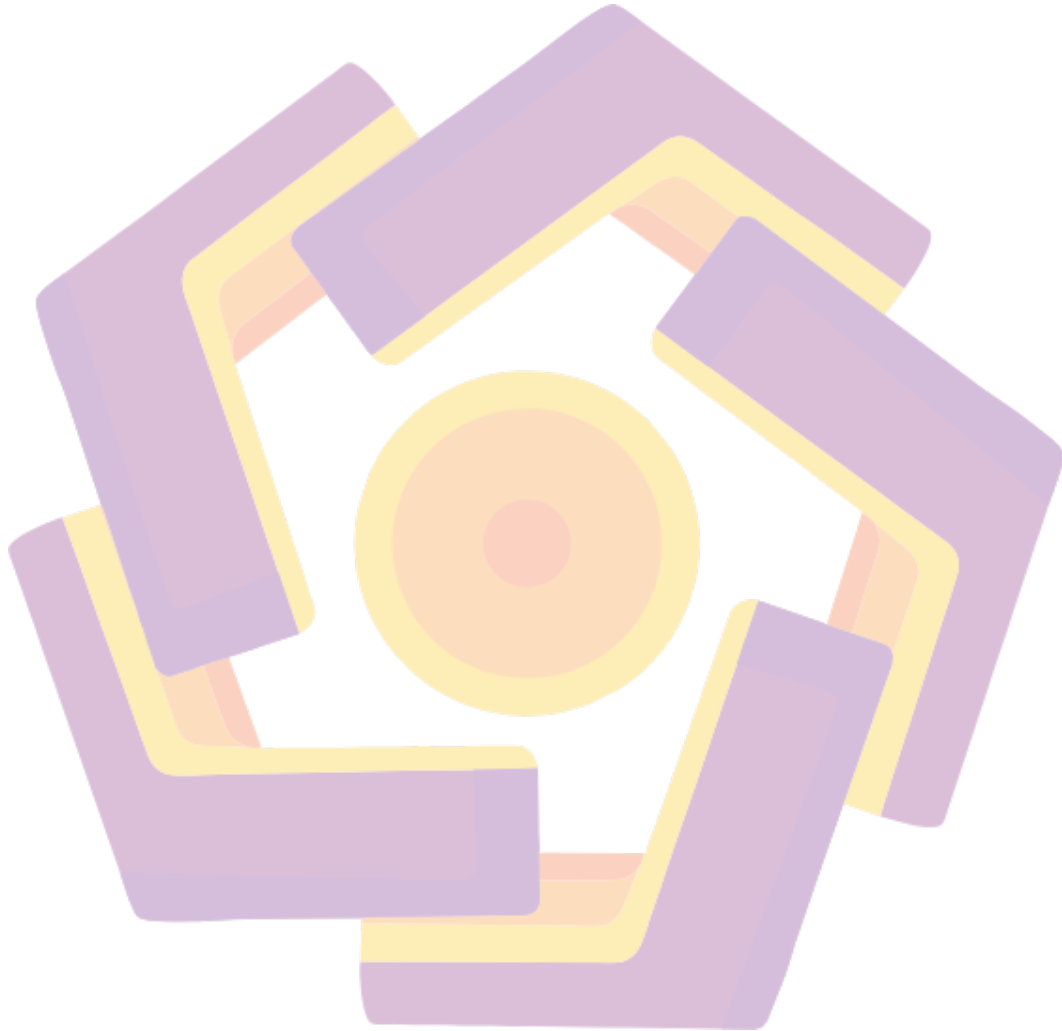
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia Pada Tahun 2021 .....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pertumbuhan Wisatawan ke DIY Tahun 2017-2021 .....	3
Gambar 1. 3 Data Jumlah Pengunjung Wisatawan Mssuk Tahun 2017-2021 .....	4
Gambar 2. 1 MOST EPIC ROAD TRIP, Java to Bali with Mini Van!  .....	9
Gambar 2. 2 BALI -Doyoutravel X Gypsa Lust .....	10
Gambar 2. 3 Eye Level .....	14
Gambar 2. 4 Bird Eye .....	15
Gambar 2. 5 Frog Eye .....	15
Gambar 2. 6 Long Shot .....	16
Gambar 2. 7 Medium Long shot.....	16
Gambar 2. 8 Medium Shot .....	17
Gambar 2. 9 Close Up .....	17
Gambar 2. 10 Extreme Clos Up .....	18
Gambar 2. 11 Wide Shot .....	18
Gambar 4. 1 Eye Level .....	25
Gambar 4. 2 Bird Eye .....	25
Gambar 4. 3 Frog Eye .....	26
Gambar 4. 4 Long Shot .....	26
Gambar 4. 5 Medium Long shot.....	27
Gambar 4. 6 Medium Shot .....	27
Gambar 4. 7 Close Up .....	28
Gambar 4. 8 Extreme Clos Up.....	28
Gambar 4. 9 Wide Shot .....	29
Gambar 4. 10 Panning .....	29
Gambar 4. 11 Tilting .....	30
Gambar 4. 12 Track (dolly) .....	30
Gambar 4. 13 Arc .....	30



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Ide Konsep Video Promosi.....	22
Tabel 4. 1 Uraian Proses Produksi .....	31



## ABSTRAK

Desa Wisata Bukit Panguk adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di Kediwung, Bantul, Yogyakarta. Bukit Panguk memiliki ciri khas pemandangan alamnya yang menakjubkan hingga dijuluki sebagai wisata negeri di atas awan. Selain itu keunikan lain dari tempat ini adalah pemandangan pada saat sunrise yang menjadi sorotan bagi wisatawan lokal hingga mancanegara. Untuk meningkatkan potensi yang ada di Desa Wisata tersebut, perlu adanya video promosi yang dapat menarik wisatawan melalui bentuk video audio visual untuk merepresentasikan Desa Wisata Panguk di mata masyarakat. dalam promosi ini diperlukan Videografer yang mempunyai peran penting untuk membuat video ini, Videografer ialah seorang yang bertanggung jawab dalam pengoperasian kamera dalam merekam gambar untuk memvisualisasikan pemandangan dan video camping di Bukit Panguk. Sinematografi dibutuhkan dalam proses produksi video promosi oleh karena itu pengambilan gambar yang baik sangat ditekankan pada proses ini. jadi teknik sinematografi adalah metode yang berguna untuk mengambil gambar agar penonton mudah untuk menangkap pesan atau informasi yang disampaikan dalam sebuah cerita.

**Kata Kunci: Bukit Panguk, video promosi, videografer, sinematografi**

## **ABSTRACT**

*Panguk Hill Tourism Village is a tourist destination located in Kediwung, Bantul, Yogyakarta. Panguk Hill is characterized by its stunning natural scenery, which has earned it the nickname of the country above the clouds. Apart from that, another uniqueness of this place is the view at sunrise which is in the spotlight for local and foreign tourists. To increase the potential that exists in the Tourism Village, it is necessary to have a promotional video that can attract tourists through the form of audio-visual videos to represent Panguk Tourism Village in the eyes of the public. in this promotion a videographer is needed who has an important role in making this video, a videographer is someone who is responsible for operating the camera in recording images to visualize the scenery and video camping on Panguk Hill. Cinematography is needed in the promotional video production process. The refore good shooting is emphasized in this process. So the cinematographic technique is a useful method for taking pictures so that the audience can easily catch the message or information conveyed in a story.*

**Keywords: Panguk Hill, promotional video, videographer, cinematography**