

SKRIPSI

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM
PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KAMPUNG WISATA
GUNUNG GAMBAR**

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



Oleh :

Aqil Rafi Atmojo

19.96.1460

Dosen Pembimbing :

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2023)**

SKRIPSI

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM
PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KAMPUNG WISATA
GUNUNG GAMBAR**

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



Oleh :

Aqil Rafi Atmojo

19.96.1460

Dosen Pembimbing :

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2023)**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Penerapan Teknik Sinematografi Dalam Pembuatan Video Promosi Kampung
Wisata Gunung Gambar**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aqil Rafi Atmojo
NIM. 19.96.1460

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

9 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Rr. Pramesti Ratnaningtyas, S.sos., M.A
NIK. 190302476

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Penerapan Teknik Sinematografi Dalam Pembuatan Video Promosi Kampung
Wisata Gunung Gambar**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aqil Rafi Atmojo
NIM. 19.96.1460

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

3 Juli 2023

Nama Penguji

Tanda Tangan

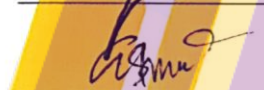
Rr. Pramesti Ratnaningtyas, S.sos., M.A
NIK. 190302476



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.IKom
NIK. 190302437



Kadek Kiki Astria, S.IKom., M.A
NIK. 190302445



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom)
3 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom M.Eng
NIK. 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Aqil Rafi Atmojo
NIM : 19.96.1460
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi & 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 dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 3 Juli 2023

Yang Memberikan Pernyataan



10000
REPUBLIK INDONESIA
10000
MEMBRAL
TEMPEL
754 CAGK777145426

Aqil Rafi Atmojo

19.96.1460

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. Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.(Pembimbing)
5. Kedua Orang tua dan keluarga penulis yang telah mendukung
6. Kampung Wisata Gunung Gambar (Pihak instansi/objek penelitian)*
7. Teman-teman ABC Production yang telah membantu menyelesaikan produksi
8. Kawan-kawan grup Ndog-ndogan yang memberi penulis masukan dalam pengerjaan skripsi ini.

Yogyakarta, **3 Juli 2023**



Aqil Rafi Atmojo

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	2
1.2.1 Fokus Permasalahan.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3

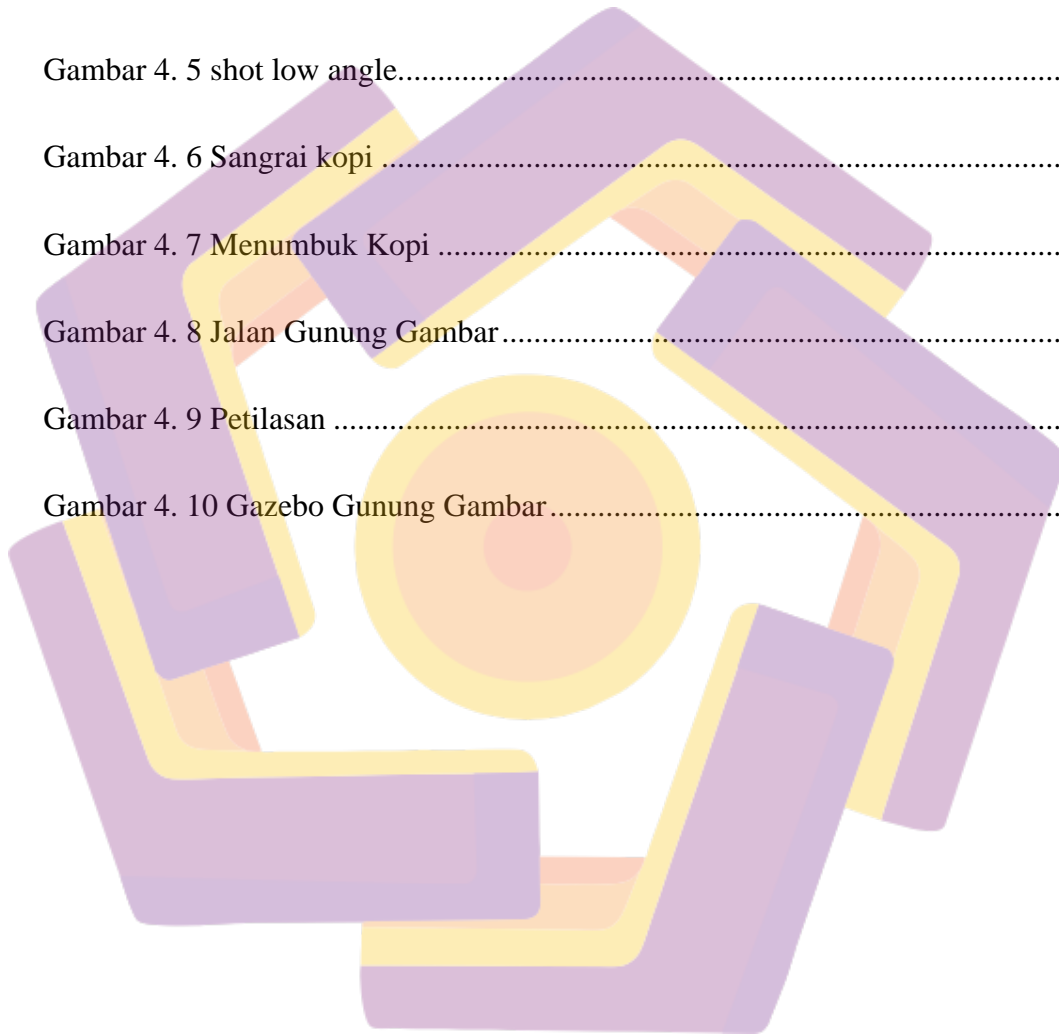
1.4	Manfaat.....	4
1.4.1	Manfaat Praktis	4
1.4.2	Manfaat Akademis	4
BAB II.....		5
TINJAUAN PUSTAKA		5
2.1	Referensi Karya.....	5
2.1.1	Referensi Video.....	5
2.2	Landasan Teori.....	6
2.2.1.	Video Promosi.....	6
2.2.2.	Sinematografi	7
2.2.3.	Teknik Sinematografi.....	8
BAB III		17
RENCANA PERANCANGAN KARYA		17
3.1.	Gambaran Rancangan Karya.....	17
3.1.1	Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Content Creator</i>	17
3.1.2.	Format Konten :	17
3.1.3.	Format Media :	18
3.1.4.	Volume Konten:	18
3.1.5.	Target Audiens:	19
3.1.6.	Periode Publikasi Konten.....	21

3.2. Gambaran Isi Pesan Karya	21
BAB IV	23
ULASAN KARYA	23
4.1. Deskripsi Karya.....	23
4.2. Uraian Proses Produksi	24
4.2.1 Pra Produksi	24
4.2.2 Produksi'	25
4.2.3 Pasca Produksi	27
4.3 Penerapan Teknik Sinematografi video Promosi Kampung Wisata Gunung Gambar.....	29
4.4. Kendala dan Pemecahan Masalah.....	35
4.4.1. Kendala	36
4.4.2. Solusi.....	37
BAB V.....	38
PENUTUP.....	38
5.1. Kesimpulan	38
5.2. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR GAMBAR

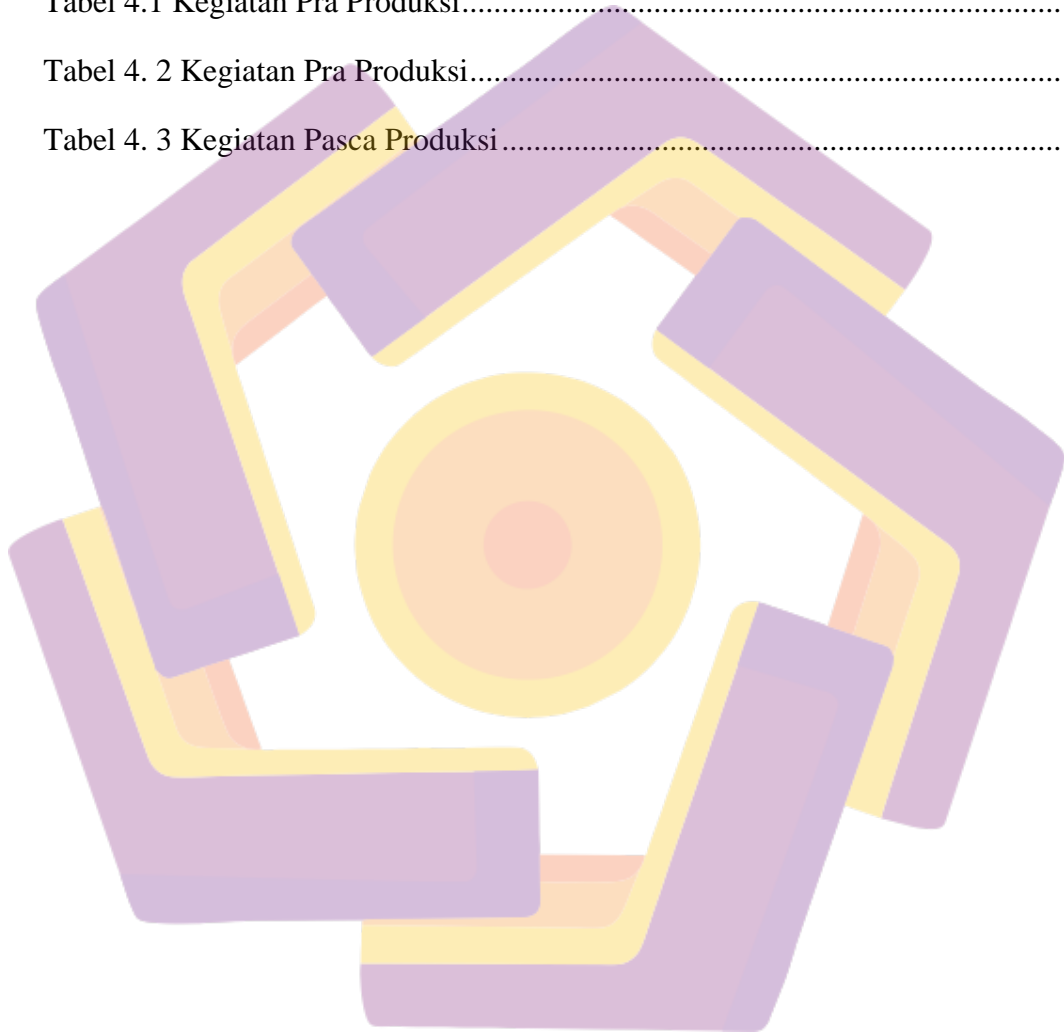
Gambar 2. 1 Referensi shot wawancara 1	5
Gambar 2. 2 Referensi shot wawancara 2	6
Gambar 2. 3 Referensi shot wawancara 1	8
Gambar 2. 4 Contoh <i>shot low angle</i>	9
Gambar 2. 5 Contoh <i>shot high angle</i>	9
Gambar 2. 6 Contoh <i>shot bird eye</i>	10
Gambar 2. 7 Contoh <i>extreme long shot</i>	12
Gambar 2. 8 contoh <i>very long shot</i>	12
Gambar 2. 9 contoh <i>long shot</i>	13
Gambar 2. 10 contoh <i>medium shot</i>	13
Gambar 2. 11 Contoh <i>medium close up</i>	14
Gambar 2. 12 Contoh <i>close up</i>	14
Gambar 2. 13 Contoh <i>extreme close up</i>	15
Gambar 2. 14 Contoh <i>rule of third</i>	15
Gambar 2. 15 Contoh komposisi <i>leading lines</i>	16

Gambar 4. 1 Wawancara narasumber	29
Gambar 4. 2 <i>shoot</i> biji kopi.....	30
Gambar 4. 3 Wawancara narasumber	30
Gambar 4. 4 Shot <i>low angle</i>	31
Gambar 4. 5 shot <i>low angle</i>	31
Gambar 4. 6 Sangrai kopi	32
Gambar 4. 7 Menumbuk Kopi	33
Gambar 4. 8 Jalan Gunung Gambar.....	33
Gambar 4. 9 Petilasan	34
Gambar 4. 10 Gazebo Gunung Gambar.....	35



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kegiatan Pra Produksi.....	24
Tabel 4. 2 Kegiatan Pra Produksi.....	26
Tabel 4. 3 Kegiatan Pasca Produksi.....	28



ABSTRAK

Teknik Sinematografi merupakan sebuah metode atau cara kameramen dalam melakukan proses pengambilan gambar dengan memperhatikan *angle*, *movement*, komposisi, serta *shot size* pada saat proses produksi, seperti pada produksi video promosi Kampung Wisata Gunung Gambar, teknik sinematografi memiliki peranan yang penting dalam menghasilkan visual yang menarik serta informatif dalam video promosi. Video promosi Kampung Gunung Gambar adalah sebuah video promosi yang menampilkan keindahan objek wisata alam, sejarah dan budaya yang terkandung dalam kawasan Kampung Wisata Gunung Gambar. Artikel ini membahas mengenai peran penting teknik sinematografi yang diterapkan oleh kameramen dalam proses produksi video promosi Kampung Wisata Gunung Gambar dengan fokus pada penerapan teknik sinematografi pada proses pra produksi, produksi serta proses pasca produksi. Teknik sinematografi dalam proses produksi video promosi kampung gunung gambar merupakan faktor yang penting. Dengan penerapan teknik sinematografi yang tepat sebuah video akan memiliki visual yang menarik, bermakna serta informatif yang dapat mendukung pesan atau informasi untuk lebih mudah diterima oleh masyarakat.

Kata Kunci: Video promosi, sinematografi, teknik sinematografi.

ABSTRACT

Cinematography technique is a method or way of the cameraman in carrying out the process of taking pictures by paying attention to angle, movement, composition, and shot size during the production process, such as in the production of promotional videos for Kampung Wisata Gunung Gambar, cinematographic techniques have an important role in producing attractive visuals as well as informative in promotional videos. The Gunung Gambar Village promotional video is a promotional video that displays the beauty of natural, historical and cultural tourist objects contained in the Gunung Gambar Tourism Village area. This article discusses the important role of cinematographic techniques applied by the cameraman in the production process of the promotional video for Kampung Wisata Gunung Gambar with a focus on the application of cinematographic techniques in pre-production, production and post-production processes. Cinematographic techniques in the process of producing promotional videos for Kampung Gambar are an important factor. With the application of the right cinematographic techniques, a video will have interesting, meaningful and informative visuals that can support messages or information to be more easily accepted by the public.

Keywords: *Promotional video, cinematography, cinematographic technique.*