

IMPLEMENTASI TEKNIK VIDEOGRAPHY PADA VIDEO PROMOSI TOKO KENANGA

GHIYATS MUHAMMAD SHAF A



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Implementasi Teknik *Videography* Pada Video Promosi Toko Kenanga” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Ghiyats Muhammad Shafa
J1301211046

RINGKASAN

GHIYATS MUHAMMAD SHAFI. Implementasi Teknik *Videography* Pada Video Promosi Toko Kenanga. *Implementation of Videography Techniques in Promotional Videos Kenanga Store*. Dibimbing oleh RICI TRI HARPIN PRANATA.

Penulisan laporan akhir ini sebagai pertanggungjawaban atas pelaksanaan proyek pembuatan video promosi di Toko Kenanga. Toko Kenanga adalah sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang seragam sekolah, perlengkapan sekolah dan lain-lainnya. Latar belakang dalam pembuatan video promosi ini mitra ingin menghadirkan konten promosi yang komunikatif, menarik dan mampu menjangkau audiens secara luas. Tujuan proyek ini menjelaskan produksi videografer dalam pembuatan video promosi, implementasi teknik pengambilan gambar *videography*.

Proses produksi pembuatan video promosi ini secara keseluruhan menggunakan pendekatan metode *multimedia development life cycle* (mdlc) yang terdiri dari 6 tahapan yaitu *concept* (pengonsepan), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan bahan), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), *distribution* (pendistribusian). *Concept* tahap pertama tim produksi merancang konsep dengan mitra melalui observasi dan wawancara yang mencakup identitas usaha. *Design* tahap ini konsep sebelumnya dikembangkan menjadi naskah dan *storyline* oleh *scriptwriter*. *Material collecting* tahap ini meliputi *voice over*, *sound effect*, *background*, logo, dan seluruh materi video yang telah di rekam oleh videografer, *assembly* tahap pembuatan video ini dilakukan oleh editor, *testing* tahap ini proses pengujian terhadap hasil akhir video yang telah di produksi, terakhir *distribution* tahap ini video setelah melewati evaluasi oleh mitra selanjutnya dipublikasikan di platform media sosial Instagram dan Youtube Toko Kenanga.

Proses produksi videografer melalui beberapa tahapan seperti tahap pra produksi, pengarahan konsep oleh mitra, lalu selanjutnya mengadakan *brainstorming* dengan teman-teman proyek tugas akhir, *briefing* pengarahan oleh *scriptwriter* sebelum ke lapangan dan terakhir menyiapkan alat-alat kebutuhan produksi. Tahap produksi melakukan perekaman video, dan pengaturan teknis selama di lapangan. Terakhir tahap pasca produksi pengelolaan hasil video, evaluasi seluruh tim, dan *review* dari mitra. Implementasi teknik pengambilan gambar *videography* dalam pembuatan video promosi Toko Kenanga meliputi jenis-jenis shot dan *camera movement*.

Proses pelaksanaan proyek akhir dimulai pada bulan Maret hingga Mei 2025 di tempat usaha Toko Kenanga yang berlokasi di Jl. A. Yani No.56, Gunungparang, Kec. Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat 4313. Hasil akhir berupa tiga video promosi yaitu video company profile berdurasi 3 menit 54 detik, video branding berdurasi 2 menit, video testimoni berdurasi 1 menit 36 detik yang digunakan untuk platform digital seperti Instagram dan Youtube. Implementasi teknik pengambilan gambar *videography* terbukti meningkatkan kualitas video promosi dan menciptakan struktur visual yang utuh dan menarik dilihat oleh audiens.

Kata kunci: toko kenanga, videografer, video promosi, *videography*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

IMPLEMENTASI TEKNIK VIDEOGRAPHY PADA VIDEO PROMOSI TOKO KENANGA

GHIYATS MUHAMMAD SHAF A

Laporan Akhir
Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan : Implementasi Teknik *Videography* Pada Video
Promosi Toko Kenanga
Nama : Ghiyats Muhammad Shafa
NIM : J1301211046

Disetujui oleh

Pembimbing:
Rici Tri Harpin Pranata S.KPm., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003




Tanggal Ujian: 10 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji syukur tak lupa penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Implementasi Teknik *Videography* Pada Video Promosi Toko Kenanga”. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Diploma IV Komunikasi Digital dan Media di Sekolah Vokasi IPB University. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana tahapan proses produksi videografer dan implementasi teknik pengambilan gambar *videography*, tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak:

- 1) Penulis menyampaikan terimakasih kepada dosen pembimbing, Pak Rici Tri Harpin Pranata S.Kpm., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran selama proses penyusunan laporan ini.
- 2) Terimakasih penulis sampaikan kepada pihak Toko Kenanga yang telah memberikan kesempatan dan dukung selama proses pelaksanaan proyek.
- 3) Penghargaan penulis sampaikan kepada Dr. Ir. Aceng Hidayat M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University dan Dr. Hudi Santoso S.Sos., M.P selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University dan seluruh jajaran dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media atas segala pengalaman dan pembelajarannya selama masa perkuliahan.
- 4) Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada ayah, ibu, dan adik-adik serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayangnya.
- 4) Penulis menyampaikan terimakasih kepada diri sendiri sudah mampu bertahan hingga saat ini, meluangkan waktu, tenaga, pikiran selama proses penyelesaian laporan ini.
- 5) Terakhir penulis ucapkan terimakasih kepada teman-teman seperbimbingan Anagatha Kilan Sashikirana, Ananda Nurfadilah, Aisyah Saharani Zulfahnur, Indri Rahmawati, Indira Galuh Shauma Putri, Kesya Mayasta, Vania Fitriyazki, Siti Apriana, Savaira Yuktana Vidyasmara, Siti Hasna Al Khansa, Mirzha Nurrezkina, Najwa Maulita Haq, Fathur Rahman Nasution, Muhammad Rafly, Rifki Mesa, Muhammad Naufal Fadhlurrahman, Rizky Cakra Bintang Permana dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depannya. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan maupun yang berkepentingan.

Bogor, Agustus 2025

Ghiyats Muhammad Shafa



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	v
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Video Promosi	5
2.2 Video <i>Company Profile</i>	6
2.3 Video Iklan	7
2.4 Video <i>Branding</i>	8
2.5 Produksi Konten Media	9
2.6 Videografi	10
2.7 Teknik Pengambilan Gambar Videografi	11
2.8 Media Sosial	12
2.9 Proyek Terdahulu	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Subyek Proyek	15
3.3 Alat dan Bahan Proyek	15
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	16
3.5 <i>Output</i> Proyek	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Proyek	20
4.2 Proses Produksi Videografer dalam Video Promosi Toko Kenanga	20
4.3 Implementasi Teknik Pengambilan Gambar <i>Videography</i>	26
V SIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Simpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Proyek Terdahulu	13
Tabel 2. Alat dan Bahan	15
Tabel 3. <i>Output</i> Proyek	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Prosedur Kerja Kegiatan MDLC	16
Gambar 2. <i>Wide Shot</i> Toko Kenanga	27
Gambar 3. <i>Medium Shot</i> Interaksi Pelanggan dengan Staff	28
Gambar 4. <i>Close Up</i> Salah Satu Produk Toko Kenanga	29
Gambar 5. <i>Extreme Close Up</i> Detail Jahitan Produk	30
Gambar 6. <i>Low Angle Shot</i> Wawancara Pemilik Toko Kenanga	31
Gambar 7. <i>High Angle Shot</i> Pengukuran Seragam	32
Gambar 8. <i>Dolly Shot</i> Suasana di Konveksi	33
Gambar 9. <i>Pan Shot</i> Produk Toko Kenanga	34
Gambar 10. <i>Tilt Shot</i> dari atas ke bawah Suasana Toko Kenanga	35
Gambar 11. <i>Handled Camera</i> Etalase Rak Produk	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Perjanjian Kerja Sama dengan Mitra	43
Lampiran 2. Perjanjian Kerja Sama Anggota Tim	45
Lampiran 3. Akun Shopee Toko Kenanga	47
Lampiran 4. Akun Instagram Toko Kenanga	48
Lampiran 5. Akun Youtube Toko Kenanga	49
Lampiran 6. Dokumentasi Bersama Mitra	50
Lampiran 7. Pernyataan Penggunaan Konten	51
Lampiran 8. HKI Video Company Profile	52
Lampiran 9. HKI Video Branding	54
Lampiran 10. HKI Video Testimoni	56
Lampiran 11. Pengunggahan Video Company Profile	58
Lampiran 12. Pengunggahan Video Branding	59
Lampiran 13. Pengunggahan Video Testimoni	60