



# **TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR PADA PRODUKSI VIDEO PROMOSI RPN HOSPITALITY PT RISET PERKEBUNAN NUSANTARA**

**RAYYA RANANDRA SHAFWAN**



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



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Teknik Pengambilan Gambar pada Produksi Video Promosi RPN Hospitality PT Riset Perkebunan Nusantara” 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 proyek akhir ini.

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

Bogor, Juli 2025

Rayya Ranandra Shafwan  
J0301211318

- 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.

## RINGKASAN

RAYYA RANANDRA SHAFWAN. Teknik Pengambilan Gambar pada Produksi Video Promosi RPN Hospitality PT Riset Perkebunan Nusantara. Dibimbing oleh ANDRIYONO KILAT ADHI dan ALFI RAHMAWATI.

Pemanfaatan promosi untuk sebuah instansi tentunya digunakan sebagai senjata utama dalam mendapatkan perhatian dari target pasarnya sehingga mampu meningkatkan *brand awareness*. Aktivitas promosi diharuskan untuk menggunakan komunikasi yang efektif dan bersifat persuasif guna mengajak dan memengaruhi para konsumen. RPN Hospitality merupakan program strategis milik PT RPN yang bertujuan untuk mengoptimalkan aset khususnya *Guest House Hevea*. Program ini menjadi urgensi dalam produksi video promosi untuk *Guest House Hevea* dalam menyebarluaskan informasi mengenai *Guest House Hevea* sekaligus menjadi salah satu inovasi untuk membantu mengoptimalkan aset yang dimiliki oleh PT RPN melalui media digital.

Proyek akhir berupa video promosi RPN Hospitality bertujuan untuk menjelaskan proses produksi video promosi RPN Hospitality, mengidentifikasi teknik pengambilan gambar yang digunakan selama produksi, serta mengevaluasi efektivitas video promosi terhadap peningkatan *brand awareness Guest House Hevea*.

Metode pelaksanaan proyek dibagi ke dalam tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahapan pra-produksi meliputi perencanaan konsep, penulisan naskah, pembuatan *storyboard*, survei lokasi, dan *reading*. Tahapan produksi mencakup kegiatan pengambilan gambar di berbagai lokasi seperti Stasiun Bogor, Stasiun Manggarai, dan *Guest House Hevea*, dengan menerapkan berbagai teknik pengambilan gambar. Sedangkan pada tahap pasca-produksi dilakukan proses *editing*, *screening*, revisi, dan publikasi. Teknik pengambilan gambar mengacu pada teori *The Five C's of Cinematography* oleh Joseph V. Mascelli, yang meliputi: *camera angle*, *continuity*, *cutting*, *close-up*, dan *composition*.

Laporan proyek akhir ini membahas proses produksi video promosi RPN Hospitality yang merupakan program strategis PT Riset Perkebunan Nusantara dalam mengoptimalkan aset perusahaan, khususnya *Guest House Hevea*. Produksi video promosi ini bertujuan menyampaikan informasi dan meningkatkan *brand awareness Guest House Hevea* sebagai penginapan yang kini terbuka untuk umum. Video ini dinilai mampu meningkatkan citra perusahaan yang diperkuat oleh visual dan narasi yang dikemas menggunakan pendekatan *soft selling* dan *storytelling*.

Hasil dari proyek berupa video promosi berdurasi enam menit 27 detik yang diunggah pada akun media sosial Instagram @rpnhospitality. Video ini diharapkan menjadi media komunikasi yang efektif, membantu pemasaran digital, serta memperkuat identitas visual RPN melalui pendekatan *soft selling* dan *storytelling*. Video promosi juga dilengkapi dengan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Kata kunci: *Guest house hevea*, RPN, RPN hospitality, video promosi

## SUMMARY

RAYYA RANANDRA SHAFWAN. *Filming Techniques in the Production of Promotional Video for RPN Hospitality of PT Riset Perkebunan Nusantara. Supervised by ANDRIYONO KILAT ADHI and ALFI RAHMAWATI.*

*The use of promotions for an institution is certainly used as a key weapon in gaining the attention of its target market so that it can increase brand awareness. Promotional activities must employ effective and persuasive communication to engage and influence consumers. RPN Hospitality is a strategic program owned by PT RPN aimed at optimizing its assets, particularly the Hevea Guest House. This program is a priority for producing promotional videos for the Hevea Guest House to disseminate information about the property while also serving as an innovation to help optimize PT RPN's assets through digital media.*

*The final project, a promotional video for RPN Hospitality, aims to explain the production process of the promotional video, identify the filming techniques used during production, and evaluate the effectiveness of the promotional video in increasing brand awareness for Guest House Hevea.*

*The project implementation method is divided into three main stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage includes concept planning, scriptwriting, storyboard creation, location surveys, and readings. The production stage involves filming activities at various locations such as Bogor Station, Manggarai Station, and Guest House Hevea, applying various filming techniques. The post-production stage includes editing, screening, revisions, and publication. The filming techniques referenced the theory of The Five C's of Cinematography by Joseph V. Mascelli, which include: camera angle, continuity, cutting, close-up, and composition.*

*This final project report discusses the production process of the RPN Hospitality promotional video, which is a strategic program of PT Riset Perkebunan Nusantara to optimize company assets, particularly the Hevea Guest House. The production of this promotional video aims to convey information and enhance brand awareness of the Hevea Guest House as an accommodation now open to the public. The video is deemed capable of improving the company's image, reinforced by visuals and narratives packaged using a soft-selling and storytelling approach.*

*The project outcome is a six-minute-and-27-second promotional video uploaded to the Instagram account @rpnhospitality. This video is expected to serve as an effective communication medium, support digital marketing, and strengthen RPN's visual identity through a soft-selling and storytelling approach. The promotional video is also protected by Intellectual Property Rights (IPR).*

*Keywords: Guest house hevea, Promotional video, RPN, RPN Hospitality.*



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.*

# **TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR PADA PRODUKSI VIDEO PROMOSI RPN HOSPITALITY PT RISET PERKEBUNAN NUSANTARA**

**RAYYA RANANDRA SHAFWAN**

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

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



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University  
— Bogor Indonesia —

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.

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Prof. Dr. Ir. Amiruddin Saleh, MS.

Judul Laporan : Teknik Pengambilan Gambar pada Produksi Video Promosi  
RPN Hospitality PT Riset Perkebunan Nusantara  
Nama : Rayya Ranandra Shafwan  
NIM : J0301211318

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi



Pembimbing 2:  
Alfi Rahmawati, S.K.Pm, 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. 196106181986091001



Tanggal Ujian: 4 Juli 2025

Tanggal Lulus:



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanaau Wa ta'ala* atas karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Proyek akhir ini dilaksanakan sejak bulan Mei 2025 hingga bulan Juni 2025 dengan judul “Teknik Pengambilan Gambar pada Produksi Video Promosi RPN Hospitality PT Riset Perkebunan Nusantara”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi selaku dosen pembimbing satu dan Ibu Alfi Rahmawati, S.K.Pm., M.Si selaku dosen pembimbing dua yang telah mengajarkan dan mengarahkan penulisan laporan proyek akhir ini. Terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Amiruddin Saleh, MS selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan masukan serta saran kepada penulis. Terima kasih kepada Aprima Bradikta Putra, S.Kom, Hariz Irfan Saniy, S.Sn, Yusuf Asyidhiqi, A.Md, serta seluruh pihak penanggung jawab dan karyawan PT Riset Perkebunan Nusantara yang telah memberikan izin dan membantu terlaksananya produksi video promosi. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Ayah Sugeng Rulyadi, Almh. Bunda Hera Kusuma Lestari, Mba Afranida Rahma Muthia, dan seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis. Terima kasih kepada Andien, Adrian, Andre, Rizky, Ferdi, Abizard, Revyan, Kindi, Iqbal, Dhiaz, Hidayat, Gusti, Adam, Bagus, Erwan, Fabian, Kindi, Mesa, Naufal, dan Reyshaf selaku teman-teman penulis yang senantiasa memberikan dukungan serta menemani penulis pada saat penulisan laporan proyek akhir. Penulis berharap agar karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

*Rayya Ranandra Shafwan*



## DAFTAR ISI

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| DAFTAR TABEL                                                              | iv |
| DAFTAR GAMBAR                                                             | iv |
| DAFTAR LAMPIRAN                                                           | v  |
| I PENDAHULUAN                                                             | 1  |
| 1.1 Latar Belakang                                                        | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah                                                       | 2  |
| 1.3 Tujuan                                                                | 3  |
| 1.4 Manfaat                                                               | 3  |
| 1.5 Ruang Lingkup                                                         | 3  |
| II TINJAUAN PUSTAKA                                                       | 5  |
| 2.1 Komunikasi Digital                                                    | 5  |
| 2.2 Video Promosi                                                         | 5  |
| 2.3 Videografer                                                           | 6  |
| 2.4 Teknik Pengambilan Video                                              | 6  |
| III METODE                                                                | 9  |
| 3.1 Lokasi dan Waktu                                                      | 9  |
| 3.2 Subyek Proyek                                                         | 9  |
| 3.3 Alat dan Bahan Project                                                | 9  |
| 3.4 Prosedur Kerja Kegiatan                                               | 10 |
| 3.5 Perencanaan Proyek dan <i>Timeline</i>                                | 11 |
| 3.6 Luaran Proyek                                                         | 12 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN                                                   | 13 |
| 4.1 Gambaran Proyek                                                       | 13 |
| 4.2 Proses Produksi Video Promosi RPN Hospitality                         | 14 |
| 4.3 Teknik Pengambilan Gambar pada Produksi Video Promosi RPN Hospitality | 22 |
| 4.4 Efektivitas Video Promosi terhadap RPN Hospitality                    | 33 |
| V SIMPULAN DAN SARAN                                                      | 37 |
| 5.1 Simpulan                                                              | 37 |
| 5.2 Saran                                                                 | 37 |
| DAFTAR PUSTAKA                                                            | 39 |
| LAMPIRAN                                                                  | 43 |
| RIWAYAT HIDUP                                                             | 53 |



## DAFTAR TABEL

|   |                                           |    |
|---|-------------------------------------------|----|
| 1 | Alat dan bahan proyek                     | 9  |
| 2 | Rencana proyek                            | 11 |
| 3 | Efektivitas video promosi RPN Hospitality | 36 |

## DAFTAR GAMBAR

|    |                                                                            |    |
|----|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1  | Alur prosedur kerja                                                        | 10 |
| 2  | <i>Guest house Hevea</i>                                                   | 13 |
| 3  | Diskusi dengan pihak internal RPN                                          | 15 |
| 4  | <i>Script</i> video promosi <i>guest house Hevea</i>                       | 15 |
| 5  | <i>Storyboard scene 5</i> pada video promosi RPN Hospitality               | 16 |
| 6  | Survei lokasi                                                              | 17 |
| 7  | Kegiatan <i>reading</i>                                                    | 17 |
| 8  | Proses <i>shooting</i> video promosi RPN Hospitality                       | 19 |
| 9  | Kegiatan <i>screening</i> bersama pihak RPN                                | 20 |
| 10 | Hasil unggahan video promosi RPN Hospitality                               | 21 |
| 11 | <i>Thumbnail</i> video promosi RPN Hospitality di instagram                | 22 |
| 12 | Teknik <i>camera angle low angle</i>                                       | 23 |
| 13 | Teknik <i>camera angle low angle</i> pada <i>scene 11</i>                  | 23 |
| 14 | Teknik <i>camera angle high angle</i> pada <i>scene 4</i>                  | 24 |
| 15 | Teknik <i>camera angle over the shoulder</i> pada <i>scene 8</i>           | 24 |
| 16 | Teknik <i>camera angle point of view</i> pada <i>scene 9</i>               | 25 |
| 17 | Teknik <i>continuity</i> video promosi RPN Hospitality pada <i>scene 1</i> | 25 |
| 18 | Teknik <i>continuity</i> video promosi RPN Hospitality pada <i>scene 2</i> | 26 |
| 19 | Teknik <i>continuity</i> video promosi RPN Hospitality pada <i>scene 7</i> | 26 |
| 20 | Teknik <i>shot size long shot</i> pada <i>scene 9</i>                      | 27 |
| 21 | Teknik <i>shot size wide shot</i> pada <i>scene 7</i>                      | 28 |
| 22 | Teknik <i>shot size medium shot</i> pada <i>scene 1</i>                    | 29 |
| 23 | Teknik <i>shot size close up</i> pada <i>scene 9</i>                       | 29 |
| 24 | Teknik <i>shot size medium close up</i> pada <i>scene 9</i>                | 30 |
| 25 | Teknik <i>shot size medium shot</i> pada <i>scene 11</i>                   | 30 |
| 26 | Teknik <i>shot size medium long shot</i> pada <i>scene 1</i>               | 31 |
| 27 | Komposisi <i>rule of third</i> pada <i>scene 11</i>                        | 32 |
| 28 | Teknik <i>camera movement tracking</i>                                     | 32 |
| 29 | Teknik <i>camera movement dolly out</i> pada <i>scene 10</i>               | 33 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |                                                         |    |
|---|---------------------------------------------------------|----|
| 1 | Perjanjian kerja sama bersama pihak PT RPN              | 44 |
| 2 | Hasil video promosi yang diunggah pada media            | 46 |
| 3 | Hak kekayaan intelektual video promosi RPN Hospitality  | 47 |
| 4 | QR code video promosi RPN Hospitality                   | 49 |
| 5 | Surat pernyataan penggunaan konten                      | 50 |
| 6 | Proses wawancara kepada pihak PT RPN                    | 51 |
| 7 | Persiapan <i>shooting</i> video promosi RPN Hospitality | 51 |

- 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.