



IMPLEMENTASI TEKNIK VIDEOGRAFI DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN DIGITAL PT FINNET INDONESIA

ALMAZAR SYEHRANZA



**KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- 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 mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Implementasi Teknik Videografi dalam Pembuatan Video Iklan Digital PT Finnet Indonesia” 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, Juli 2024

Almazar Syehranza
J0301201250

- 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 mengikuti kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

ALMAZAR SYEHRANZA. Implementasi Teknik Videografi dalam Pembuatan Video Iklan Digital PT Finnet Indonesia. Dibimbing oleh RICI TRI HARPIN PRANATA.

Proyek ini memiliki tantangan dalam membuat sebuah iklan yang dapat menarik minat penonton tapi tetap relevan dengan perkembangan jaman sesuai dengan apa yang ditawarkan produk dari PT Finnet Indonesia. Media audio visual dapat dikatakan sebagai media komunikasi yang sangat baik dikarenakan penggunaan unsur gambar dan suara dapat memberikan pemahaman dan informasi dengan lebih mudah. Video iklan digital sendiri merupakan salah satu contoh dari media audio visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang secara *online*. Pemilihan video iklan digital dalam proyek ini dikarenakan video memiliki kemampuan narasi yang sangat kuat. Metode pada proyek akhir ini menggunakan tiga tahapan berupa pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil proyek akhir ini menunjukkan bahwa alur komunikasi yang digunakan berupa komunikasi horizontal yang informasinya disebarluaskan secara merata. Teknik videografi yang digunakan antara lain *type shot*, *composition*, *angle*, dan pergerakan kamera. Teknik ini mempermudah dalam menghasilkan video iklan digital yang memadukan unsur *story telling* dan *soft selling* pada video yang dibuat.

Kata-kata Kunci: digital, iklan, produksi, teknik, video

ABSTRACT

ALMAZAR SYEHRANZA. Implementation of Videography Technique in Making Digital Advertising Video of PT Finnet Indonesia. Supervised by RICI TRI HARPIN PRANATA.

This project has a challenge in creating an advertisement that can attract the audience's interest but still relevant to the times in accordance with what the products of PT Finnet Indonesia offer. Audio visual media can be said as a very good communication media because the use of images and sound elements can provide understanding and information more easily. Digital advertising video itself is one example of audio visual media used to convey information to many people online. The selection of digital advertising videos in this project is because videos have a very strong narrative ability. The method in this final project uses three simple stages of pre-production, production, and post-production. The results of this final project show that the flow of communication used is horizontal communication where the information is spread evenly. The videography techniques used include shot type, composition, angle, and camera movement. These techniques make it easier to produce digital advertising videos that combine story telling and soft selling elements in the videos created.

Keywords: advertising, digital, production, technique, video



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 2024
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.



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.

IMPLEMENTASI TEKNIK VIDEOGRAFI DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN DIGITAL PT FINNET INDONESIA

ALMAZAR SYEHRANZA

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

**KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**





Nama

NIM

Judul Laporan : Implementasi Teknik Videografi dalam Pembuatan Video Iklan

Digital PT Finnet Indonesia

: Almazar Syehranza

: J0301201250

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



PRAKATA

Puji syukur marilah kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema dalam proyek akhir yang dilaksanakan sejak bulan Februari sampai Mei 2024 ini adalah Pembuatan Video iklan digital untuk PT Finnet Indonesia, dengan judul "Implementasi Teknik Videografi dalam Pembuatan Video Iklan Digital PT Finnet Indonesia".

Terima kasih penulis ucapan kepada pembimbing, Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si yang telah membimbing, memberi saran, masukan sampai detail dalam proses pembimbingan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua yaitu ayah dan ibu yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Ucapan terima kasih juga disampaikan Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Dekan Sekolah Vokasi IPB, Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., kepada dosen penguji Dr. Ir. Amiruddin Saleh, M.S., yang telah menguji hasil proyek akhir, kepada pembimbing akademik Rr. Renny Soelistiyowati S.S., M.Hum., moderator seminar Dr. Willy Bachtiar, S.I.Kom., M.I.Kom., yang telah berkontribusi langsung dan tidak langsung. Penghargaan penulis sampaikan kepada Pandu Giandisal, S.I. Kom., sebagai kepala digital marketing Indibiz Telkom dan beserta staf lainnya yang telah membantu selama periode pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada pasangan yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan akhir ini, beserta teman-teman seperjuangan Program Studi Komunikasi Digital dan Media Angkatan 57 Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Almazar Syehranza



DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	2
II TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1 Video Iklan	3
2.2 Videografer	3
2.3 Teknik Pengambilan Video	3
2.4 Proyek Terdahulu	10
III PROSEDUR KERJA PROYEK	13
3.1 Gambaran Proyek Akhir	13
3.2 Lokasi dan Waktu Proyek Akhir	13
3.3 Subyek Proyek Akhir	14
3.4 Instrumen Proyek	14
3.5 Prosedur Kerja Videografer	15
3.6 <i>Output/Luaran Projek</i>	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Alur Komunikasi dalam Pembuatan Video Iklan Digital PT Finnet Indonesia	19
4.2 Implementasi Teknik Videografi Pada Tiap <i>Scene</i>	23
4.2.1 Implementasi Teknik pada <i>Scene 1</i>	23
4.2.2 Implementasi Teknik pada <i>Scene 2</i>	25
4.2.3 Implementasi Teknik pada <i>Scene 3</i>	27
4.2.4 Implementasi Teknik pada <i>Scene 4</i>	34
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



1	Proyek Terdahulu	11
2	Penjelasan Teknik dan Alat Scene 1	23
3	Penjelasan Teknik dan Alat Scene 2	25
4	Penjelasan Teknik dan Alat Scene 3	28
5	Penjelasan Teknik dan Alat Scene 4	34

DAFTAR GAMBAR

1	Bagan Prosedur Kerja	16
2	Contoh <i>Storyboard</i> Yang Dipakai Pada Proyek	21
3	Kantor Indibiz Saat Dipakai <i>Shot</i>	21
4	Tim Saling Membantu Selama Produksi	22
5	Video Iklan Digital Yang Sudah Diedit	23
6	Penggunaan <i>Pan Left</i> dengan <i>Bird Eye View</i>	24
7	Penggunaan <i>Bird Eye View</i> pada Scene 1	25
8	Penggunaan <i>Medium Close Up</i>	26
9	Penggunaan <i>Extreme Close Up</i> pada adegan 2	27
10	Penggunaan <i>Zoom In</i> dan <i>Extreme Close Up</i>	27
11	Penggunaan <i>Zoom Out</i> dan <i>Medium Close Up</i>	30
12	Interaksi Antar Karakter pada Adegan 3 <i>Scene 3</i>	31
13	Interaksi Antar Karakter pada Adegan 4 <i>Scene 3</i>	31
14	Adegan 5 & 6 yang Menyorot Karakter Utama dan	32
15	Adegan 8 yang Sudah Diedit	32
16	<i>Big Close Up</i> Adegan 9	33
17	Perubahan Gestur dan Ekspresi dari Karakter Utama	33
18	Teknik <i>Pan Left</i> pada Adegan <i>Scene 3</i>	33
19	Perubahan Gestur dan Ekspresi dari Karakter Utama	36
20	Penggunaan <i>Big Close Up</i> pada Adegan ke 2	36
21	Penggunaan Teknik pada Adegan 3	37
22	Penggunaan Teknik pada Adegan 3	37
23	Penggunaan Komposisi <i>Over the Shoulder</i> pada Adegan 5	38
24	Contoh <i>Rule of Third</i> pada Adegan 6	39
25	Contoh <i>Rule of Third</i> pada Adegan 7	39
26	Contoh Penggunaan Teknik pada Adegan 8	40
27	Contoh <i>Nose Room</i> pada Adegan 9	40

DAFTAR LAMPIRAN

1	Daftar Anggota dan Tugasnya	44
2	Dokumentasi kegiatan di lokasi kantor	44
3	Dokumentasi kegiatan di lokasi toko	44
4	Naskah video iklan digital Mitra Finpay	44