

**ANALISIS ISI VIDEO PROMOSI PARIWISATA  
INDONESIA DENGAN JUDUL EXPLORING  
INDONESIA KARYA SAM KOLDER**

**Tugas Akhir**

**Oleh:**

**Muhammad Ramzi Alqisthy**

**2203110016**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Audiovisual**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2026**

## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : MUHAMMAD RAMZI ALQISTHY  
NPM : 2203110016  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Pada Hari, tanggal : Jumat, 10 April 2026  
Waktu : Pukul 08.15 s/d Selesai

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.  
PENGUJI II : H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom  
PENGUJI III : CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.

  
.....  
  
.....  
  
.....


### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris



  
Assoc. Prof. Dr. ARUFIN SALEH., MSP.  
NIDN :0030017402

  
Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom  
NIDN:0111117804

**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

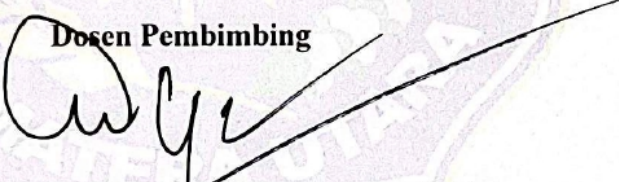
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama : MUHAMMAD RAMZI ALQISTHY  
NPM : 2203110016  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS ISI VIDEO PROMOSI PARIWISATA INDONESIA DENGAN JUDUL EXPLORING INDONESIA KARYA SAM KOLDER


Medan, 31 Maret 2026

Dosen Pembimbing

  
CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos, M.A.  
NIDN : 0130117403

Disetujui Oleh  
Ketua Program Studi

  
Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN : 0127048401

  
Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.  
NIDN : 0030017402

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Muhammad Ramzi Alqisthy**, NPM 2203110016, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 17 April 2026 Yang

Menyatakan,



**Muhammad Ramzi Alqisthy**

UIN SU  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis sampaikan kepada Allah SWT atas nikmat, karunia, rahmat, dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menempuh pendidikan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dari awal masuk hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tak lupa juga shalawat beserta salam, penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW atas perjuangannya yang tiada henti dalam menegakkan agama Islam hingga mampu membawa umat manusia ke zaman kegelapan hingga zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang kelak berguna di kehidupan dunia dan akhirat.

Alhamdulillah, atas kemudahan yang diberikan Allah SWT kepada penulis, hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Analisis isi Video Promosi Pariwisata Indonesia dengan Judul Exploring Indonesia karya Sam Kolder”. Yang dimana tugas akhir ini merupakan syarat wajib bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan dan mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih khususnya kepada Allah SWT yang atas kemudahan dan nikmat dari-Nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Kemudian penulis juga menyampaikan terimakasih kepada ayahanda Alm. Muhammad Billy Hasan *Rahimahullah* dan ibunda Jihan Laily Ritonga yang telah melahirkan, membesarkan, dan mendukung penulis tiada henti. Begitu juga dengan adik penulis Fahri Ahmad Mirza yang telah sering

mendukung penulis. Dengan segenap ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Arifin Saleh, S.Sos, MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom., selaku Sekretaris Progam Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Corry Novrica AP Sinaga, S.Sos, M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, Drs., M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memebrikan arahan serta nasihat berharga yang menjadi motivasi selama menjalani perkuliahan.
9. Seluruh staf biro dan pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu dalam pengurusan berbagai administrasi selama menjalanni perkuliahan.
10. Seluruh keluarga besar penulis yang memberikan semangat dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan di bangku perkuliahan hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan penulis Revi Arya Pratama, Roby Arya, Gilang Ardhana, dan Shanti Amalia yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan. Semoga Allah membalas kebaikan kalian.

Sebagai penutup, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan kepada para pembaca. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat terbuka atas kritik dan saran sebagai bahan perbaikan penulis kedepannya.

Medan, 3 April 2026

Penulis

**Muhammad Ramzi Alqisthy**  
2203110016

# **ANALISIS ISI VIDEO PROMOSI PARIWISATA INDONESIA DENGAN JUDUL EXPLORING INDONESIA KARYA SAM KOLDER**

**Muhammad Ramzi Alqisthy**  
**2203110016**

## **Abstrak**

Di era digital saat ini komunikasi yang dilakukan oleh manusia mengalami kemajuan yang sangat pesat, kemunculan media sosial berhasil mentransformasi pola komunikasi yang biasa kita lakukan. Dengan kelahiran media sosial pola masyarakat dalam mencari informasi dan berinteraksi dengan manusia lain telah berubah. Indonesia merupakan salah satu destinasi wisata yang sangat populer di mata dunia, keindahan alam, keragaman budaya, dan agama yang beragam membuat Indonesia menjadi negara yang eksotis dan memiliki ciri khas nya sendiri. Maka dari itu Indonesia sendiri perlu merancang strategi utama mempromosikan citra pariwisatanya secara digital. Salah satu tren video pariwisata saat ini digemari banyak orang adalah *vlog* dokumenter. Gaya video pariwisata ini lebih menarik karena memadukan antara narasi *storytelling*, teknik sinematografi, dan musik yang dapat memberikan perspektif baru terhadap suatu destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena sedalam-dalamnya. Yang dimana pendekatan ini lebih mengutamakan kualitas dari data yang diambil secara mendalam, berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengandalkan banyaknya data dan hanya untuk mengukur saja. Setelah melakukan analisis isi dari video promosi pariwisata dengan judul “Exploring Indoneisa” karya Sam Kolder di YouTube, peneliti mendapati bahwa penggunaan unsur visual dan auditori Herbert Zettl telah tertuang dan diterapkan sesuai dengan fungsi teknisnya sebagaimana yang dicari dalam rumusan masalah penelitian. Dengan diterapkannya unsur visual dan auditori Zettl, maka akan memepromudah videografer dalam membangun pesan komunikasi, terkhususnya komunikasi promosi pariwisata yang membutuhkan sebuah konsep untuk dapat memikat turis mancanegara terhadap pariwisata di Indonesia.

Kata Kunci: Video promosi, Promosi pariwisata, videografi, Komunikasi, Komunikasi pemasaran.

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian.....	4
1.4 Manfaat penelitian.....	4
1.5 Sistematika penulisan.....	4
BAB II URAIAN TEORITIS.....	6
2.1 Komunikasi massa dan media audiovisual.....	6
2.2 Pesan dan pesan nonverbal.....	7
2.3 Komunikasi promosi pariwisata.....	8
2.4 Konsep audiovisual dalam media.....	8
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian .....	31
Tabel 4. 1 Hasil temuan pembukaan video .....	38
Tabel 4. 2 Hasil temuan di lokasi Gunung Rinjani .....	45
Tabel 4. 3 Hasil temuan di lokasi Gili Trawangan.....	53
Tabel 4. 4 Hasil temuan lokasi Bintan.....	57
Tabel 4. 5 Hasil temuan lokasi Sumba .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Thumbnail “Exploring Indonesia” karya Sam Kolder .....	34
Gambar 4. 2 Jenis shot yang digunakan dalam video “Exploring Indonesia” .....	73
Gambar 4. 3 Jenis angle yang digunakan dalam video “Exploring Indonesia” ....	75
Gambar 4. 4 Alat drone yang digunakan Sam Kolder .....	77
Gambar 4. 5 FPV drone yang digunakan Sam Kolder .....	77
Gambar 4. 6 Beberapa hasil gambar yang diambil menggunakan FPV drone .....	78
Gambar 4. 7 Penggunaan camera movement didalam video “Exploring Indonesia” .....	79
Gambar 4. 8 Pembukaan dari video “Exploring Indonesia” yang diisi dengan suara suasana perkotaan.....	83
Gambar 4. 9 Awal dari video Gili Trawangan dengan efek suara deburan ombak. .....	83
Gambar 4. 10 Penggunaan keheningan yang pertama, disaat drone Sam Kolder tersangkut rumput liar.....	84
Gambar 4. 11 Penggunaan keheingan yang kedua saat drone Sam Kolder tersangkut di pohon. ....	85

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang masalah**

Di era digital saat ini komunikasi yang dilakukan oleh manusia mengalami kemajuan yang sangat pesat, kemunculan media sosial berhasil mentransformasi pola komunikasi yang biasa kita lakukan. Dengan kelahiran media sosial pola masyarakat dalam mencari informasi dan berinteraksi dengan manusia lain telah berubah. Apalagi penggunaan media sosial saat ini yang paling banyak digunakan sebagai media untuk promosi dikarenakan penggunaannya mudah, cepat, murah dan jangkauan promosi yang lebih luas (Y. Tanjung et al., 2021). Dengan pengolaan media sosial yang baik maka akan berimplikasi pada peningkatan minat konsumen (Trulline, 2021). Penggunaan media online tidak hanya sebatas untuk dimensi bisnis saja, namun juga bisa digunakan sebagai media promosi pariwisata.

Indonesia merupakan salah satu destinasi wisata yang sangat populer di mata dunia, keindahan alam, keragaman budaya, dan agama yang beragam membuat Indonesia menjadi negara yang eksotis dan memiliki ciri khas nya sendiri. Kondisi geografisnya juga memberikan pengaruh kepada keindahan alam Indonesia, posisinya yang berada di garis khatulistiwa membuat Indonesia menjadi negara yang memiliki flora dan fauna yang sangat beragam (Rohani et al., 2025). Tingginya minat pariwisata Indonesia tentu akan menjadi sumber pemasukan yang besar bagi Indonesia, maka dari itu Indonesia sendiri perlu merancang strategi utama mempromosikan citra

pariwisatanya secara digital (H. Tanjung et al., 2024) . Salah satunya melalui media YouTube.

Salah satu media online yang sangat populer untuk mempromosikan pariwisata adalah YouTube, YouTube adalah salah satu layanan Google yang memungkinkan pengguna mengunduh video yang bisa ditonton oleh pengguna lain secara gratis bahkan bisa dibilang YouTube adalah *database* video yang paling populer dan lengkap di dunia (Rudianto & Hidayat, 2023). Melalui YouTube kita bisa membagikan berbagai video seperti hiburan, *vlog*, dan juga sebagai sarana pemasaran.

Promosi pariwisata saat ini sedang bergeser dari cara tradisional seperti melalui majalah atau televisi ke era digital melalui media online dan bahkan lebih efektif daripada menggunakan media tradisional (Oktaviani & Fatchiya, 2019). Salah satu tren video pariwisata saat ini digemari banyak orang adalah *vlog* dokumenter. Gaya video pariwisata ini lebih menarik karena memadukan antara narasi *storytelling*, teknik sinematografi, dan musik yang dapat memberikan perspektif baru terhadap suatu destinasi wisata (David, 2025). Salah satu YouTuber terkenal yang lihai dalam video *vlog* dokumenter ini adalah Sam Kolder, seorang YouTuber dari Kanada yang sering membuat video travel dengan gaya sinematografi, narasi, dan musik yang dipadukan dengan sangat unik hingga memberikan ciri khasnya sendiri.

Sam Kolder adalah *filmmaker* YouTube yang menjadi inspirasi banyak orang, terutama saat videonya yang berjudul “*My Year 2016*” berhasil membuatnya viral namanya kala itu. Teknik pengambilan gambar, transisi,

dan *color grading* nya menjadi inspirasi banyak videografer pemula (Thalib, 2021). Berdasarkan observasi yang peneliti temukan di kanal YouTube, ada banyak sekali video tutorial transisi, *color grading* seperti Sam Kolder, bahkan banyak juga video-video vlog yang mengikuti gaya Sam Kolder. Atas kemahirannya dalam membuat sebuah video, Sam Kolder juga beberapa kali melakukan kolaborasi dengan beberapa negara untuk mempromosikan pariwisata mereka seperti Cina, Brazil, dan bahkan dia juga sempat beberapa kali ke Indonesia. Kali ini di videonya berjudul “*Exploring Indonesia*”<sup>1</sup> adalah vlog hasil kolaborasi antara Sam Kolder dengan Indonesia, bisa dilihat dari dia menampilkan logo “*Wonderful Indonesia*” di akhir videonya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Sam Kolder menyampaikan pesan promosi pariwisata Indonesia dengan konsep video yang menarik melalui video “*Exploring Indonesia*”. Video karya Sam Kolder berdurasi 12 menit ini sudah ditonton oleh 1 juta orang lebih. Berdasarkan observasi lebih lanjut terkait penelitian tentang video promosi pariwisata Indonesia, kami belum menemukan adanya penelitian tentang video promosi pariwisata Indonesia yang dibuat oleh Warga Negara Asing (WNA).

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang dicari melalui penelitian ini adalah bagaimana pesan promosi pariwisata Indonesia direpresentasikan oleh Sam Kolder sebagai WNA melalui unsur visual dan auditori dalam video vlog dokumenter “*Exploring Indonesia*”?

---

<sup>1</sup> Video “*Exploring Indonesia*” dapat dilihat di saluran YouTube Sam Kolder di tautan berikut: <https://youtu.be/NkQF5CLdqow?si=qttfLKwgHVQevVVk>

### **1.3 Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan promosi pariwisata Indonesia direpresentasikan oleh Sam Kolder sebagai WNA melalui unsur visual dan auditori dalam video vlog dokumenter “*Exploring Indonesia*”.

### **1.4 Manfaat penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat teoritis**

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat bisa memberikan kontribusi dalam kajian analisis isi video promosi pariwisata, mengingat minimnya ditemukan kajian yang membahas tentang penelitian tersebut.

#### **1.4.2. Manfaat praktis**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan juga bisa memberikan kontribusi dalam dunia pembuatan video promosi pariwisata. Terutama untuk *filmmaker* yang ada di Indonesia, karena melalui penelitian ini akan mengupas berbagai cara dan teknik dalam penyampaian pesan promosi pariwisata melalui produksi video dengan sudut pandang Warga Negara Asing.

### **1.5 Sistematika penulisan**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

**BAB II : URAIAN TEORITIS**

Pada bab ini akan berisi teori-teori yang mendukung untuk penelitian analisis isi. Seperti teori komunikasi massa dan audiovisual hingga teori audiovisual Herbert Zettl

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian akan menjelaskan pendekatan apa yang dipakai dalam penelitian ini, lalu dilanjut dengan alat dan objek yang akan diteliti berupa kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, informan dan narasumber, dan waktu dan lokasi penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini peneliti akan menyajikan hasil analisis data yang ditemukan dalam penelitian lalu membahas data sesuai dengan kategori yang telah ditentukan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan sebuah kesimpulan yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Komunikasi massa dan media audiovisual**

Menurut Josep A Devito, komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak ramai yang sangat banyak jumlahnya. Beliau juga berpendapat bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan oleh pemancar-pemancar audiovisual (Nuruddin, 2007). McQuail berpandangan bahwa komunikasi massa merupakan tingkatan paling atas dalam piramida proses komunikasi, hal ini disebabkan komunikasi massa adalah komunikasi yang tersebar sangat luas dan identifikasinya ditentukan oleh ciri khas institusi yang memancarkan komunikasi massa tersebut (Ambar, 2017).

Komunikasi massa, yang merupakan model komunikasi yang ditujukan khalayak ramai tentu membutuhkan sebuah alat bantu agar komunikasi massa bisa berjalan dengan baik, karena tidak mungkin bisa hanya sekedar mengandalkan satu orang berbicara di depan banyak orang, selain menguras tenaga, cara seperti ini tidak efektif (Permatasyari, 2021). Dengan perkembangan teknologi saat ini, komunikasi massa bisa disebarkan melalui media audiovisual dengan cepat dan akurat. Sehingga penyebaran informasi ke khalayak ramai menjadi efektif.

Saat ini media audiovisual tidak hanya dijadikan sebagai media untuk mencari informasi saja, Kehadiran internet di kehidupan manusia mampu menghadirkan sebuah *platform* bernama media sosial, sebuah tempat

berkumpulnya konten audiovisual yang saat ini bisa diakses lebih mudah hanya bermodalkan *Handphone*. Saat ini fungsi dari media audiovisual bergeser dari yang awalnya hanya sebagai sarana komunikasi massa, kini fungsinya sudah berkembang menjadi media hiburan, komunikasi secara daring, persuasi, dan pembentukan citra bagi perusahaan (Syarifuddin & Utari, 2022).

Penelitian ini menjadikan video promosi pariwisata yang ada di YouTube sebagai objek penelitian, karena video promosi di YouTube juga merupakan komunikasi massa yang dilakukan oleh kreator video. Melalui video *Exploring Indonesia*, Sam Kolder mengkomunikasikan sekaligus mempromosikan pariwisata yang ada di Indonesia.

## **2.2 Pesan dan pesan nonverbal**

Pesan merupakan apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan juga bisa dibidang sebagai seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang dapat mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber. Pesan memiliki tiga komponen yaitu: makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan (Mulyana, 2016).

Dalam pengaplikasiannya pesan terbagi menjadi dua cara, ada verbal dan nonverbal. Pesan verbal adalah simbol-simbol berisikan satu kata atau lebih yang diutarakan menggunakan lisan. Bedanya dengan komunikasi verbal adalah nonverbal hanya menggunakan isyarat gerakan tubuh bukan kata-kata.

Video merupakan salah satu produk dari komunikasi nonverbal. Menurut Onong Uchjana Effendy, seorang ahli komunikasi terkemuka di Indonesia,

video sebagai pesan nonverbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang kuat karena menggabungkan aspek visual dan auditori untuk menyampaikan makna yang mendalam (Fadila et al., 2023). Berdasarkan teori ini, maka di dalam penelitian ini video YouTube Exploring Indonesia akan didefinisikan sebagai pesan nonverbal dalam disiplin ilmu komunikasi.

### **2.3 Komunikasi promosi pariwisata**

Menurut Philip Kotler, promosi merupakan bagian dari komunikasi pemasaran yang memiliki fungsi untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau merek, dengan menggunakan berbagai alat seperti iklan, promosi penjualan, humas, dan pemasaran langsung untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan (Putri, 2014). Promosi tidak hanya terbatas untuk sebuah produk makanan dan minuman, jasa, ataupun produk hasil industri, tetapi pariwisata suatu negara juga membutuhkan sebuah promosi untuk menarik minat wisatawan mancanegara juga untuk membangun citra yang baik untuk suatu destinasi pariwisata.

Dalam konteks penelitian ini, berdasarkan teori sebelumnya yang menyebutkan bahwa video adalah bentuk komunikasi nonverbal, maka video promosi pariwisata juga termasuk kedalam komunikasi promosi pariwisata.

### **2.4 Konsep audiovisual dalam media**

#### **2.4.1 Konsep audiovisual herbert zettl**

##### **a. Konsep audiovisual**

Herbert Zettl memandang media audiovisual sebagai sistem estetika terapan (*applied media aesthetics*). Artinya, makna dalam

media audiovisual tidak hanya dibentuk oleh isi pesan, tetapi oleh bagaimana pesan tersebut disajikan melalui unsur *sight* (visual), *sound* (audio), dan *motion* (gerak). Ketiga unsur ini saling melengkapi dalam fungsinya untuk menciptakan estetika didalam audiovisual. Visual sebagai pintu masuk utama untuk merangsang visual penonton, suara sebagai kekuatan emosional dan menambah imersi visual, dan gerakan yang berfungsi untuk menjadikan video sebagai visual yang dinamis (Zettl, 1973).

#### **b. Unsur visual**

Menurut Zettl, *sight* merupakan seluruh elemen visual yang dapat ditangkap oleh mata penonton. Unsur inilah yang akan menjadi pintu masuk utama didalam pesan audiovisual karena manusia secara alami lebih responsif terhadap rangsangan visual. Unsur visual menurut Zettl yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### *1) Camera Shot*

Menurut Zettl, *camera shot* adalah jarak kamera terhadap objek, unsur ini berfungsi untuk menentukan tingkat informasi visual yang diterima oleh penonton. Perbedaan jenis *shot* memengaruhi seberapa banyak konteks lingkungan dan detail objek yang dapat ditangkap. Pengambilan gambar menurut Zettl terdiri dari *Extreme Long shot*, *Long Shot*, *Medium shot*, dan *Close Up*.

a) *Extreme Long Shot*

*Long Shot* adalah teknik pengambilan gambar yang jauh dari objek yang disorot, biasanya berupa pemandangan, area sekitar objek video, dan suasana sekitar. *Extreme Long shot* memiliki fungsi untuk menampilkan keseluruhan objek beserta lingkungannya, memberikan konteks ruang dan lokasi, dan memperkenalkan setting dan situasi secara umum.

*Extreme Long shot* sangat efektif didalam promosi pariwisata karena menampilkan keindahan pemandangan atau lokasi destinasi yang juga akan membantu memberikan informasi kepada penonton dimana lokasi pengambilan gambar. Dalam pesan audiovisual, *Extreme long shot* digunakan untuk membantu penonton memahami di mana peristiwa terjadi, sehingga sangat efektif dalam video promosi pariwisata untuk menampilkan keindahan lanskap atau lokasi destinasi.

b) *Long Shot*

*Long Shot* adalah teknik pengambilan gambar yang jauh dari objek yang disorot, biasanya berupa pemandangan, area sekitar objek video, dan suasana sekitar. *Long shot* memiliki fungsi untuk menampilkan keseluruhan objek beserta lingkungannya, memberikan konteks ruang dan lokasi, dan memperkenalkan setting dan situasi secara umum. *Long shot* sangat efektif didalam promosi pariwisata karena menampilkan keindahan pemandangan

atau lokasi destinasi yang juga akan membantu memberikan informasi kepada penonton dimana lokasi pengambilan gambar. Dalam pesan audiovisual, *long shot* digunakan untuk membantu penonton memahami di mana peristiwa terjadi, sehingga sangat efektif dalam video promosi pariwisata untuk menampilkan keindahan lanskap atau lokasi destinasi.

c) *Medium Shot*

*Medium Shot* adalah teknik pengambilan gambar yang jaraknya seimbang antara objek utama dengan lingkungan sekitar, teknik ini berfungsi untuk menunjukkan aktivitas objek lebih jelas, atau bisa juga dijadikan sebagai memberikan informasi visual yang bersifat naratif. Zettl juga menjelaskan bahwa medium shot sering digunakan sebagai shot transisi karena mampu menjaga kontinuitas visual sekaligus mempertahankan fokus penonton pada subjek.

d) *Close Up*

*Close Up* adalah teknik yang paling detail dalam menampilkan objek, karena jarak pengambilannya sangat dekat dan berfokus pada si objek itu sendiri. Fungsi dari *Close Up* adalah untuk menampilkan detail visual, mengarahkan penonton kepada objek tertentu, dan juga dapat memberikan penekanan pada elemen visual yang dianggap penting. Dalam konteks

audiovisual, *Close Up* dijadikan sebagai penegasan visual terhadap detail yang ingin ditonjolkan.

e) *Extreme Close Up*

*Extreme Close Up* adalah teknik yang paling detail dalam menampilkan objek, karena jarak pengambilannya sangat dekat dan berfokus pada si objek itu sendiri. Fungsi dari *Extreme Close Up* adalah untuk menampilkan detail visual, mengarahkan penonton kepada objek tertentu, dan juga dapat memberikan penekanan pada elemen visual yang dianggap penting. Dalam konteks audiovisual, *Extreme Close Up* dijadikan sebagai penegasan visual terhadap detail yang ingin ditonjolkan.

2) *Camera Angle*

*Camera angle* menurut Zettl adalah posisi kamera terhadap objek, unsur ini berfungsi untuk memberikan pengaruh pada cara penonton memandang objek secara visual. Sudut kamera tidak dimaknai secara simbolik, tetapi secara fungsional dalam penyajian gambar. Ada 3 jenis camera angle menurut Zettl:

a) *Eye Level*

*Eye level angle* adalah pengambilan gambar dengan sudut seakan sejajar dengan mata. Hal ini berfungsi dalam menyajikan tampilan yang netral dan alami dan memposisikan penonton seakan sejajar dengan objek. Sudut ini adalah yang paling sering

digunakan untuk kenyamanan secara visual dan memberikan kesan realistis dalam penyampaian pesan.

*b) High Angle*

*High angle* adalah sudut pengambilan yang memposisikan kamera mengambil gambar dari atas objek. Sudut ini memiliki fungsi untuk menampilkan objek dari sudut pandang yang luas, memperlihatkan hubungan objek dengan sekitar, dan memberikan variasi visual dalam komposisi gambar. Zettl menekankan *high angle* dapat membantu penonton untuk mendapatkan pengelihatian keseluruhan terutama dalam pengambilan gambar lokasi dan aktivitas.

*c) Low Angle*

*Low angle* adalah sudut kamera yang diambil lebih rendah dari *eye level*, biasanya sedikit dibawah objek atau bahkan mendekati dataran. Sudut ini berfungsi untuk menonjolkan objek dari sudut pandang bawah, memberikan kesan visual yang dramatis, dan untuk penekanan sudut pandang. Dalam konteks visual, *low angle* berfungsi sebagai penekanan sudut pandang, bukan sebagai penafsiran makna tertentu.

*3) Camera Movement*

Menurut Zettl, *camera movement* memiliki fungsi untuk menciptakan dinamika visual, mengarahkan perhatian penonton, dan menjaga alur visual agar tidak statis.

a) *Pan*

Merupakan gerakan mengikuti objek secara horizontal, pergerakan kamera ini memiliki fungsi untuk memperlihatkan ruang secara bertahap, dan juga bisa untuk menghubungkan satu objek dengan objek lainnya hanya dengan satu frame. Pergerakan kamera *Pan* ini memiliki dua jenis, yaitu *Pan left* dan *Pan right*

b) *Tilt*

*Tilt* adalah gerakan kamera secara horizontal dari atas kebawah atau sebaliknya, biasanya pergerakan ini difungsikan untuk memperlihatkan skala atau tinggi suatu objek, atau mengarahkan pandangan penonton. Pergerakan ini memiliki dua jenis juga yaitu *Tilt up* dan *Tilt down*.

c) *Tracking*

*Tracking* merupakan pergerakan kamera yang mengikuti objek kemanapun pergerakannya. Pergerakan kamera ini memiliki fungsi untuk memberikan kesan keterlibatan penonton kepada objek, menjaga kontinuitas visual, dan membantu penonton merasakan alur secara visual agar pesan audiovisual terasa lebih hidup.

d) *Dolly*

*Dolly* merupakan pergerakan yang membawa seluruh *body* kamera dengan mendekati objek biasanya disebut dengan *dolly in* dan menjauhi objek yang biasa disebut sebagai *dolly out*.

**c. Unsur auditori**

Menurut Herbert Zettl, unsur auditori merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pesan audiovisual. Auditori memiliki fungsi untuk mendukung, memperkuat, dan melengkapi unsur visual. Suara didalam media audiovisual tidak dapat berdiri sendiri, tetapi dalam penampilannya harus sinkron dengan gambar untuk membentuk kesatuan pesan komunikasi. Unsur auditori menurut Zettl terdiri dari musik, efek suara, dan keheningan.

1) Musik

Menurut Zettl musik berfungsi untuk elemen auditori yang dapat mengatur suasana dan ritme dalam pesan audiovisual, musik juga dapat membantu mengarahkan emosional penonton tanpa harus menggunakan pesan verbal. Diantara fungsi musik menurut Zettl adalah:

a) Membangun Suasana Visual

Musik membantu menciptakan suasana tertentu yang selaras dengan gambar, seperti suasana energik, tenang, atau dramatis.

b) Memperkuat kontinuitas audiovisual

Musik menjaga alur visual agar terasa menyatu antar shot dan antar adegan.

c) Menentukan ritme visual

Perubahan tempo musik sering kali sejalan dengan ritme editing dan pergerakan kamera, sehingga audiovisual terasa lebih dinamis.

d) Menarik dan mempertahankan perhatian penonton

Musik berfungsi sebagai daya tarik auditori yang membuat penonton tetap terlibat dalam tayangan.

Dalam konteks video promosi, musik berperan penting dalam menciptakan pengalaman menonton yang menarik dan berkesan.

2) Efek Suara

Efek suara menurut Zettl adalah suara yang non-musikal, berfungsi untuk memberi penegasan dan realisme terhadap visual yang ditampilkan dalam gambar. Efek suara berfungsi untuk membantu merangsang pendengaran penonton dalam merasakan keberadaan ruang dan aktivitas didalam gambar. Dalam pesan audiovisual, Efek Suara berfungsi bukan sebagai simbol, tetapi sebagai pendukung fungsional visual.

3) Keheningan

Keheningan juga merupakan bagian dari unsur auditori bagi Zettl. Keheningan juga memiliki fungsi komunikasi, ketiadaan

suara merupakan pengurangan unsur auditori secara sengaja. Fungsinya adalah untuk memberi jeda auditori, menarik penonton pada visual, dan menjaga ritme audiovisual. Dalam media audiovisual, silence digunakan secara strategis untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

#### **2.4.2 Konsep audiovisual menurut Michel Chion**

Michel Chion, adalah seorang kritikus film, composer musik eksperimental, dan ahli teori dari Perancis. Beliau juga salah satu pakar didalam bidang audiovisual dan salah satu karya nya yang terkenal adalah bukunya berjudul *Audio-Vision: Sound on Screen*. Dalam bukunya Chion menjelaskan bahwa media audiovisual tidak dapat dipahami hanya melalui gambar atau suara secara terpisah. Menurutnya kedua unsur tersebut (gambar dan suara) bekerja secara simultan dan saling memengaruhi dalam membentuk pengalaman penonton. Chion menekankan bahwa unsur auditori memiliki peran aktif dalam memperkuat dan membingkai visual, sehingga pesan audiovisual dapat diterima secara lebih efektif (Chion et al., 1994). Untuk menjabarkan konsep tersebut, Chion telah membaginya menjadi 3 konsep kunci:

##### **a. *Added Value***

*Added value* menurut Michel Chion merujuk pada nilai tambah yang diberikan oleh unsur suara terhadap gambar. Suara mampu memperkaya visual dengan memberikan kesan tertentu sehingga

gambar tidak dipersepsi secara netral, melainkan diarahkan oleh unsur auditori yang menyertainya. Dengan adanya suara, visual yang sama dapat menghasilkan pengalaman yang berbeda bagi penonton.

*Added value* membuat penonton sering kali menganggap bahwa makna atau kesan tertentu berasal dari gambar, padahal sebenarnya mampu dibentuk dan diarahkan melalui suara. Dalam konteks audiovisual, musik dan efek suara berfungsi untuk memperkuat suasana, ritme, dan kesinambungan visual. Oleh karena itu, suara tidak diposisikan sebagai pelengkap semata, melainkan sebagai elemen yang berkontribusi langsung dalam membangun kekuatan pesan audiovisual.

**b. *Synchresis***

*Synchresis* merupakan gabungan dari 2 kata, yaitu *synchronism* dan *synthesis*, yang artinya menjelaskan kecenderungan penonton untuk secara otomatis menghubungkan suara dan gambar yang muncul secara bersamaan. Chion menjelaskan bahwa ketika suara dan visual hadir di waktu yang sama, penonton akan menerima keduanya sebagai satu kesatuan, meskipun secara logis suara tersebut tidak selalu berasal dari sumber visual yang ditampilkan.

*Synchresis* juga menjelaskan tentang mengapa efek suara dan musik dapat terasa “alami” dan menyatu dengan gambar.

Hubungan sementara antara suara dan visual menciptakan kesan keterpaduan, sehingga penonton tidak mempertanyakan sumber suara tersebut. Dalam media audiovisual, *synchresis* berperan penting dalam menjaga kontinuitas dan realisme visual.

**c. *Audio-Visual Contract***

*Audio-visual contract* adalah konsep yang menjelaskan adanya kesepakatan tidak tertulis antara media audiovisual dan penonton. Di dalam kontrak ini, penonton menerima bahwa suara dan gambar yang disajikan merupakan satu kesatuan pesan yang saling melengkapi. Penonton tidak menuntut kesesuaian realitas secara mutlak, melainkan menerima hubungan audio dan visual sebagaimana disajikan oleh media.

Melalui *audio-visual contract*, suara dipahami sebagai elemen yang berfungsi untuk mendukung visual, mengarahkan perhatian penonton, serta memperjelas konteks gambar. Konsep ini menegaskan bahwa kekuatan media audiovisual terletak pada hubungan antara unsur visual dan auditori, bukan pada dominasi salah satu unsur saja.

Dalam penelitian ini, konsep audiovisual Michel Chion digunakan sebagai teori pembanding dengan tujuan memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara suara dan gambar di dalam media audiovisual. Dengan begitu, analisis utama terhadap unsur visual dan auditori tetap mengacu pada konsep audiovisual Herbert

Zetl karena sifatnya yang lebih sesuai dengan pendekatan analisis isi yang digunakan. Zetl dipilih karena konsepnya membagi audiovisual secara jelas menjadi unsur visual dan auditori yang dapat diamati secara langsung, sehingga sesuai dengan pendekatan analisis isi yang digunakan dalam penelitian ini.

## BAB III

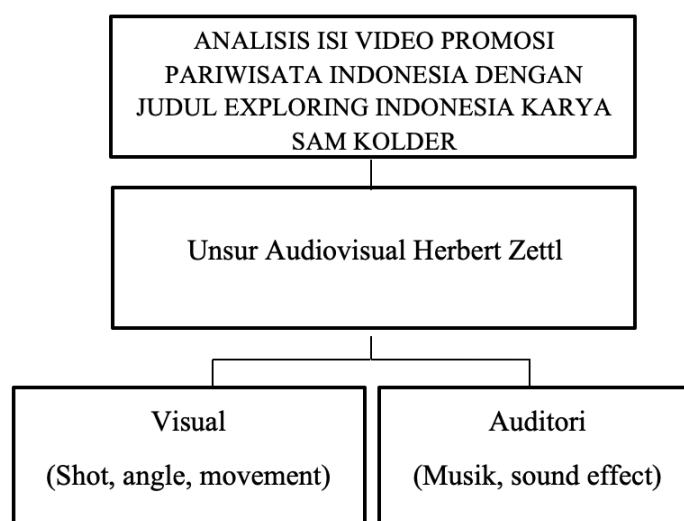
### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena sedalam-dalamnya. Yang dimana pendekatan ini lebih mengutamakan kualitas dari data yang diambil secara mendalam, berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengandalkan banyaknya data dan hanya untuk mengukur saja (Kriyatono, 2006).

Melalui pendekatan kualitatif, akan membuka kemungkinan bagi peneliti untuk mengolah data yang didapatkan untuk di kategorisasikan menjadi beberapa kategori untuk mempermudah instrument analisis, lalu data yang telah di kategorisasikan akan di analisis, lalu menarik kesimpulan berdasarkan analisa yang didapati dari data.

#### 3.2 Kerangka konsep



Sumber: Olahan peneliti

### 3.3 Definisi konsep

#### 3.3.1 Video “*Exploring Indonesia*” karya Sam Kolder

Video promosi pariwisata yang dipilih dalam penelitian ini merupakan karya salah satu filmmaker yang terkenal di YouTube yaitu Sam Kolder. Ia menuangkan ciri khas pengambilan gambar, transisi, dan penggunaan audio yang menjadi inspirasi banyak orang ke dalam produksi video *Exploring Indonesia*. Model yang digunakan dalam video ini adalah dengan model Vlog Dokumenter.

Video vlog dokumenter merupakan gabungan dari dua model dalam produksi sebuah video. Vlog adalah video yang mendokumentasikan kehidupan seseorang itu sendiri, bisa berupa tempat untuk mengeluarkan isi pikiran, pendapat, dan minat seseorang. Sedangkan video dokumenter adalah rekaman audiovisual yang memiliki tujuan untuk mendokumentasikan kejadian nyata atau topik tertentu secara mendalam.

Vlog dokumenter merupakan gabungan dari dua model video tersebut. Yang artinya sebuah video yang bersifat personal namun disajikan dengan teknik dokumenter untuk memberikan fakta atau cerita secara nyata dan mendalam. Biasanya video model vlog dokumenter bertujuan untuk mengedukasi atau menginspirasi namun dibawa dengan sudut pandang dan pribadi pembuat vlog itu sendiri.

### 3.3.2 Unsur Audiovisual Herbert Zettl

Herbert Zettl memandang media audiovisual sebagai sistem estetika terapan (*applied media aesthetics*). Artinya, makna dalam media audiovisual tidak hanya dibentuk oleh isi pesan, tetapi oleh bagaimana pesan tersebut disajikan melalui unsur *sight* (visual), *sound* (audio), dan *motion* (gerak). Unsur visual menurut Zettl yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Unsur Visual

##### 1) *Camera Shot*

Menurut Zettl, *camera shot* adalah jarak kamera terhadap objek, unsur ini berfungsi untuk menentukan tingkat informasi visual yang diterima oleh penonton. Pengambilan gambar menurut Zettl terdiri dari *Extreme Long shot*, *Long Shot*, *Medium shot*, dan *Close Up*.

##### a) *Extreme Long Shot*

*Long Shot* adalah teknik pengambilan gambar yang jauh dari objek yang disorot, biasanya berupa pemandangan, area sekitar objek video, dan suasana sekitar. *Extreme Long shot* memiliki fungsi untuk menampilkan keseluruhan objek beserta lingkungannya, memberikan konteks ruang dan lokasi, dan memperkenalkan setting dan situasi secara umum. *Extreme Long shot* sangat efektif didalam promosi pariwisata karena

menampilkan keindahan pemandangan atau lokasi destinasi yang juga akan membantu memberikan informasi kepada penonton dimana lokasi pengambilan gambar. Dalam pesan audiovisual, *Extreme long shot* digunakan untuk membantu penonton memahami di mana peristiwa terjadi, sehingga sangat efektif dalam video promosi pariwisata untuk menampilkan keindahan lanskap atau lokasi destinasi.

b) *Long Shot*

*Long Shot* adalah teknik pengambilan gambar yang menempatkan seluruh anggota tubuh/bagian objek secara menyeluruh. Bedanya dengan *extreme long shot* ada pada jarak pengambilan gambarnya, *long shot* hanya mengambil gambar keseluruhan dari objek tetapi tidak dengan lingkungannya. Pengambilan gambar ini memiliki fungsi untuk mengarahkan audiens untuk berfokus kepada objek yang ingin ditampillkan didalam sebuah video.

c) *Medium Shot*

*Medium Shot* adalah teknik pengambilan gambar yang menampilkan setengah atau sebagian objek utama, teknik ini berfungsi untuk menunjukkan aktivitas objek lebih jelas, atau bisa juga dijadikan sebagai memberikan informasi visual yang bersifat naratif. Zettl juga menjelaskan bahwa medium shot sering digunakan sebagai shot transisi karena

mampu menjaga kontinuitas visual sekaligus mempertahankan fokus penonton pada subjek.

d) *Close Up*

*Close Up* adalah teknik pengambilan gambar yang lebih detail dari objek yang dituju oleh kamera. Biasanya berupa bagian kepala saja, tangannya saja, dan kakinya saja. Fungsi dari pengambilan gambar ini adalah untuk menekankan salah satu bagian dari objek kepada penonton.

e) *Extreme Close Up*

*Extreme Close Up* adalah teknik yang paling detail dalam menampilkan objek, karena jarak pengambilannya sangat dekat dan berfokus pada objek itu sendiri. Fungsi dari *Extreme Close Up* adalah untuk menampilkan detail visual, mengarahkan penonton kepada objek tertentu, dan juga dapat memberikan penekanan pada elemen visual yang dianggap penting. Dalam konteks audiovisual, *Extreme Close Up* dijadikan sebagai penegasan visual terhadap detail yang ingin ditonjolkan.

2) *Camera Angle*

*Camera angle* menurut Zettl adalah posisi kamera terhadap objek, unsur ini berfungsi untuk memberikan pengaruh pada cara penonton memandang objek secara visual. Sudut kamera

tidak dimaknai secara simbolik, tetapi secara fungsional dalam penyajian gambar. Ada 3 jenis camera angle menurut Zettl:

a) *Eye Level*

*Eye level angle* adalah pengambilan gambar dengan sudut seakan sejajar dengan mata. Hal ini berfungsi dalam menyajikan tampilan yang netral dan alami dan memposisikan penonton seakan sejajar dengan objek. Sudut ini adalah yang paling sering digunakan untuk kenyamanan secara visual dan memberikan kesan realistis dalam penyampaian pesan.

b) *High Angle*

*High Angle* adalah sudut pengambilan yang memposisikan kamera mengambil gambar dari atas objek. Sudut ini memiliki fungsi untuk menampilkan objek dari sudut pandang yang luas, memperlihatkan hubungan objek dengan sekitar, dan memberikan variasi visual dalam komposisi gambar. Zettl menekankan high angle dapat membantu penonton untuk mendapatkan pengelihatannya keseluruhan terutama dalam pengambilan gambar lokasi dan aktivitas.

c) *Low Angle*

*Low Angle* adalah sudut kamera yang diambil lebih rendah dari *eye level*, biasanya sedikit dibawah objek atau

bahkan mendekati dataran. Sudut ini berfungsi untuk menonjolkan objek dari sudut pandang bawah, memberikan kesan visual yang dramatis, dan untuk penekanan sudut pandang. Dalam konteks visual, *low angle* berfungsi sebagai penekanan sudut pandang, bukan sebagai penafsiran makna tertentu.

### 3) *Camera Movement*

Menurut Zettl, camera movement memiliki fungsi untuk menciptakan dinamika visual, mengarahkan perhatian penonton, dan menjaga alur visual agar tidak statis.

#### a. *Pan*

Merupakan gerakan mengikuti objek secara horizontal, pergerakan kamera ini memiliki fungsi untuk memperlihatkan ruang secara bertahap, dan juga bisa untuk menghubungkan satu objek dengan objek lainnya hanya dengan satu frame.

#### b. *Tilt*

*Tilt* adalah gerakan kamera secara horizontal dari atas kebawah atau sebaliknya, biasanya pergerakan ini difungsikan untuk memperlihatkan skala atau tinggi suatu objek, atau mengarahkan pandangan penonton.

c. *Tracking*

*Tracking* merupakan pergerakan kamera yang mengikuti objek kemanapun pergerakannya. Pergerakan kamera ini memiliki fungsi untuk memberikan kesan keterlibatan penonton kepada objek, menjaga kontinuitas visual, dan membantu penonton merasakan alur secara visual agar pesan audiovisual terasa lebih hidup.

d. *Dolly*

*Dolly* merupakan pergerakan yang membawa seluruh *body* kamera dengan mendekati objek biasanya disebut dengan *dolly in* dan menjauhi objek yang biasa disebut sebagai *dolly out*.

**b. Unsur Auditori**

Menurut Herbert Zettl, unsur auditori merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pesan audiovisual. Auditori memiliki fungsi untuk mendukung, memperkuat, dan melengkapi unsur visual. Suara didalam media audiovisual tidak dapat berdiri sendiri, tetapi dalam penampilannya harus sinkron dengan gambar untuk membentuk kesatuan pesan komunikasi. Unsur auditori menurut Zettl terdiri dari musik, efek suara, dan keheningan.

1. Musik

Menurut Zettl musik berfungsi untuk elemen auditori yang dapat mengatur suasana dan ritme dalam pesan audiovisual,

musik juga dapat membantu mengarahkan emosional penonton tanpa harus menggunakan pesan verbal. Diantara fungsi musik menurut Zettl adalah:

**a) Membangun suasana visual**

Musik membantu menciptakan suasana tertentu yang selaras dengan gambar, seperti suasana energik, tenang, atau dramatis.

**b) Memperkuat kontinuitas audiovisual**

Musik menjaga alur visual agar terasa menyatu antar shot dan antar adegan.

**c) Menentukan ritme visual**

Perubahan tempo musik sering kali sejalan dengan ritme editing dan pergerakan kamera, sehingga audiovisual terasa lebih dinamis.

**d) Menarik dan mempertahankan perhatian penonton**

Musik berfungsi sebagai daya tarik auditori yang membuat penonton tetap terlibat dalam tayangan.

Dalam konteks video promosi, musik berperan penting dalam menciptakan pengalaman menonton yang menarik dan berkesan.

## 2. Efek Suara

Efek suara menurut Zettl adalah suara yang non-musikal, berfungsi untuk memberi penegasan dan realisme terhadap visual yang ditampilkan dalam gambar. Efek suara berfungsi untuk membantu merangsang pendengaran penonton dalam merasakan keberadaan ruang dan aktivitas didalam gambar. Dalam pesan audiovisual, Efek Suara berfungsi bukan sebagai simbol, tetapi sebagai pendukung fungsional visual.

## 2. Keheningan

Keheningna juga memiliki fungsi komunikasi, ketiadaan suara merupakan pengurangan unsur auditori secara sengaja. Fungsinya adalah untuk memeberi jeda auditori, menarik penonton pada visual, dan menjaga ritme audiovisual. Dalam media audiovisual, silence digunakan secara strategis untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

### **3.4 Kategorisasi penelitian**

Kategorisasi data didalam penelitian ini berdasarkan konsep audiovisual oleh Herbert Zettl yang membagi unsur pesan audiovisual ke dalam unsur visual dan auditori.

Judul	Indikator
Analisis Video Promosi Pariwisata Indonesia Dengan Judul Exploring Indonesia Karya Sam Kolder	Unsur Audiovisual Herbert Zettl  <b>a. Visual</b> <i>-Shot</i> <i>-Angle</i> <i>-Movement</i>  <b>b. Auditori</b> -Musik -Efek suara -Keheningan

*Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian*

### 3.5 Informan atau narasumber

Penelitian ini adalah penelitian studi pustaka yang objek penelitiannya berupa video YouTube berjudul “Exploring Indonesia” yang diunggah oleh Sam Kolder pada 2 Maret 2019. Peneliti akan menganalisa dengan cara membagi video menjadi potongan-potongan berbentuk screenshot lalu mengambil bagian yang memiliki keterkaitan dengan kategorisasi penelitian, yaitu Visual, Narasi dan Cerita, serta Suasana Auditori.

### 3.6 Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi sebagai alat mengmpulkan data yang akan di riset. Metode ini biasa digunakan dalam riset analisis isi kualitatif dengan jenis dokumentasi seperti berita di media

massa, status di *Facebook*, film, dan video di YouTube (Kriyatono, 2006). Di kasus ini peneliti akan mengumpulkan data melalui video YouTube yang diunggah oleh Sam Kolder dengan cara melakukan *screenshot* di setiap bagiannya.

### 3.7 Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah model Miles dan Huberman, yang dimana data akan dianalisis secara berkelanjutan untuk mencapai pemahaman mendalam tentang fenomena yang akan diteliti. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

- Reduksi Data

Pada tahap ini peneliti akan memecah video menjadi potongan-potongan kecil berupa *screenshot* lalu mengambil bagian yang memiliki keterkaitan dengan kategorisasi penelitian, yaitu Visual dan Suasana Auditori.

- Penyajian Data

Setelah data di reduksi, maka peneliti akan menyajikan data dalam bentuk table untuk mempermudah penarikan kesimpulan. Didalam tabel data akan disajikan kategorisasi yang berisi berbagai indikator yang telah ditentukan untuk mencari bagaimana pesan promosi pariwisata dapat direpresentasikan oleh Sam Kolder secara fungsi visual dan auditori sesuai dengan teori Herbert Zettl.

- Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dari data yang telah diolah dengan tujuan menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari bagaimana cara Sam Kolder sebagai Warga Negara Asing merepresentasikan pesan promosi pariwisata Indonesia melalui unsur visual dan auditori dalam video vlog dokumenter *Exploring Indonesia*.

### **3.8 Waktu dan lokasi penelitian**

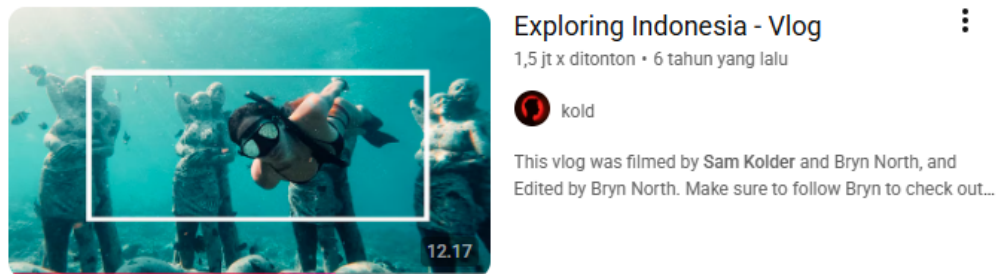
Penelitian ini dilakukan di Kota Medan dengan waktu penelitian dimulai dari semenjak surat SK-2 keluar hingga bulan Maret 2026.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menyajikan berbagai temuan dari video promosi pariwisata Indonesia dengan judul “Exploring Indonesia” karya Sam Kolder. Video berdurasi 12 menit 16 detik ini diunggah pada tanggal 2 Maret 2019 dengan jumlah *view* saat ini sebanyak 1,5 juta. Video ini dijadikan sebagai objek penelitian karena menjadi salah satu representasi dari video promosi pariwisata Indonesia dengan jumlah *view* terbanyak, kehadiran logo “Wonderful Indonesia” juga memperkuat bukti bahwa Sam Kolder sendiri membuat video ini atas kolaborasi dengan Kementerian Pariwisata Indonesia.



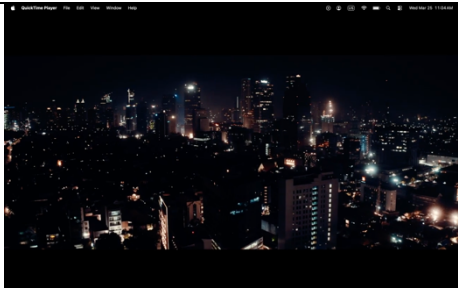
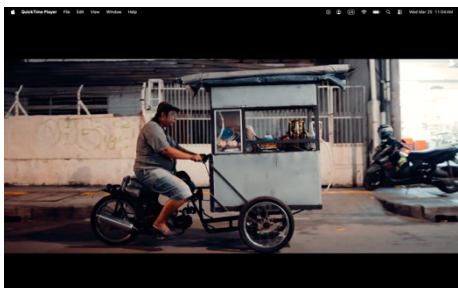
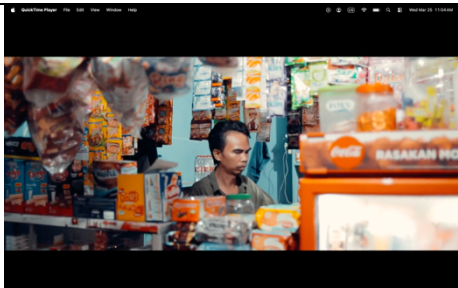
**Gambar 4. 1** Thumbnail “Exploring Indonesia” karya Sam Kolder

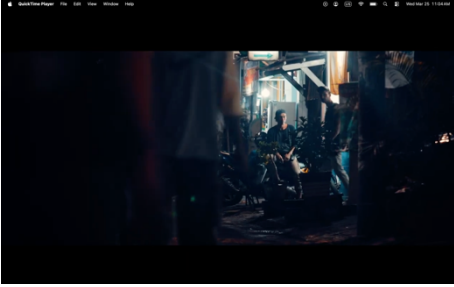
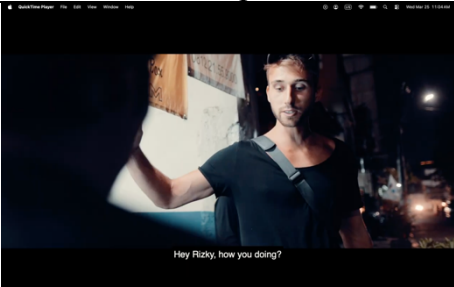
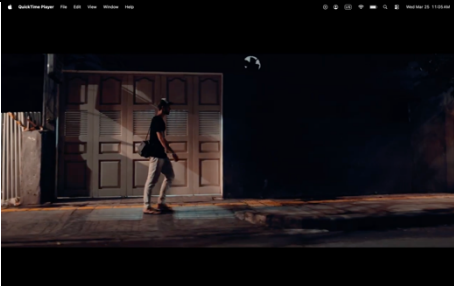
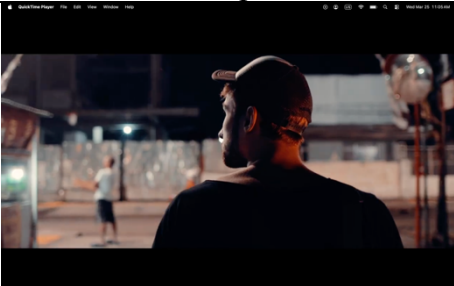
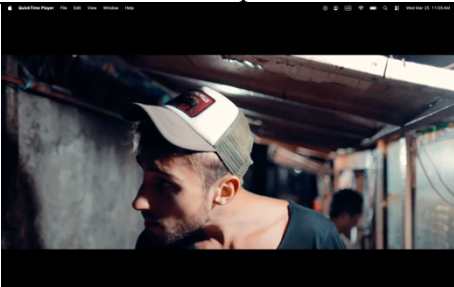
Berdasarkan hasil observasi peneliti, ditemukan bahwa model video yang diterapkan oleh Sam Kolder merupakan jenis video vlog dokumenter, yaitu memadukan antara narasi *storytelling*, teknik sinematografi, dan musik yang dapat memberikan perspektif baru terhadap destinasi wisata yang dikunjungi.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memecah video menjadi 5 bagian yang merupakan jumlah destinasi yang dijelajah oleh Sam Kolder, lalu tiap

bagian tersebut akan dianalisis berdasarkan hasil tangkapan layar yang didapati oleh peneliti didalam video YouTube Sam Kolder. Lalu hasil dari tangkapan layar akan dianalisis berdasarkan kategorisasi penelitian untuk mencari bagaimana pesan promosi pariwisata Indonesia direpresentasikan oleh Sam Kolder sebagai WNA melalui unsur visual (teknik pengambilan gambar) dan auditori dalam video vlog dokumenter *Exploring Indonesia*.

### 3.1.1. Pembukaan Video (*Opening Video*)

No	Timestamp/scene	Unsur Visual	Unsur Auditori
1	 Timestamp: 00.01	<i>Shot: Extreme long shot</i> <i>Angle: Eye level</i> <i>Movement: Dolly in</i>	Suara <i>ambience</i> perkotaan (motor, mobil, dan lainnya).
2	 Timestamp: 00.06	<i>Shot: Long shot</i> <i>Angle: Eye level</i> <i>Movement: tracking</i>	Suara <i>ambience</i> motor dan Musik petikan gitar dengan suasana misteri.
3	 Timestamp: 00.09	<i>Shot: Medium shot</i> <i>Angle: Eye level</i> <i>Movement: dolly out</i>	Musik petikan gitar dengan suasana misteri.

4	 <p>Timestamp: 00.12</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
5	 <p>Timestamp: 00.13</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
6	 <p>Timestamp: 00.23</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
7	 <p>Timestamp: 00.24</p>	<p><i>Shot: Medium Shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
8	 <p>Timestamp: 00.26</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>



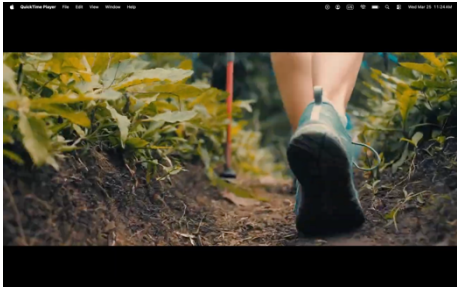
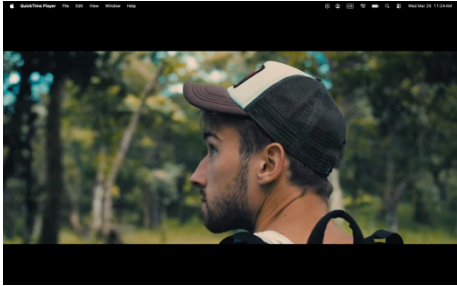
9	 <p>Timestamp: 00.30</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
10	 <p>Timestamp: 00.31</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Pan left</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
11	 <p>Timestamp: 00.40</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Suara <i>ambience</i> motor dan Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
12	 <p>Timestamp: 00.41</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: dolly out</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
13	 <p>Timestamp: 00.51</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>

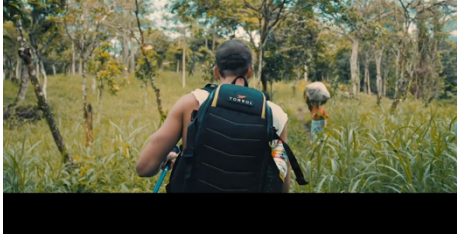




14	<p>Timestamp: 00.56</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
15	<p>Timestamp: 00.57</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: dolly in</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>

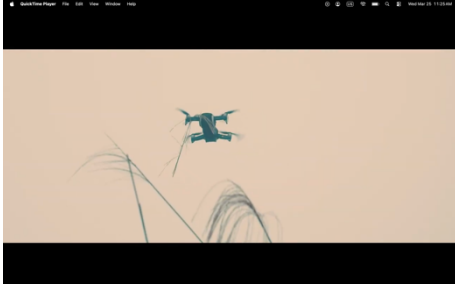
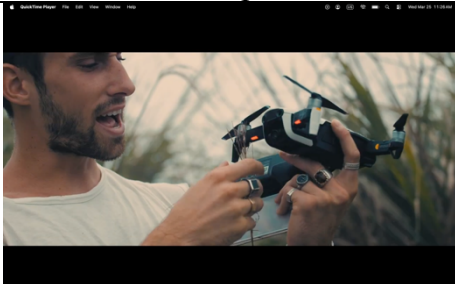
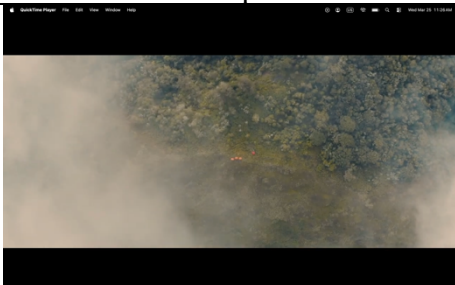
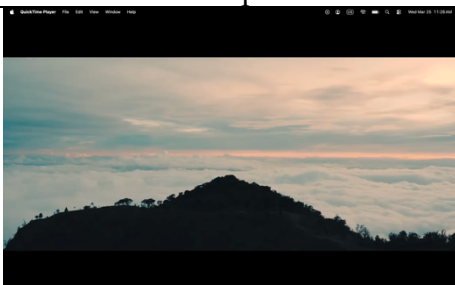
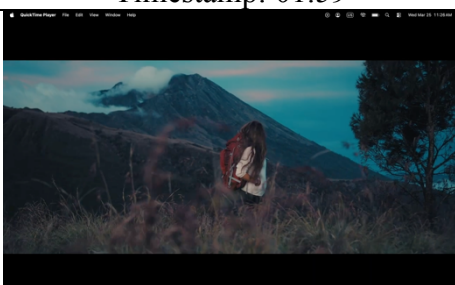
*Tabel 4. 1 Hasil temuan pembukaan video*

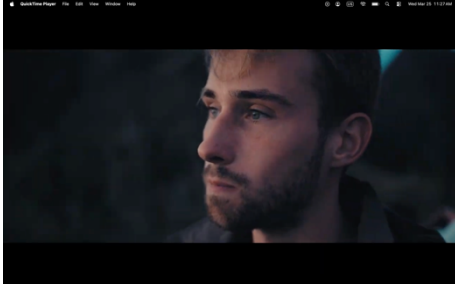
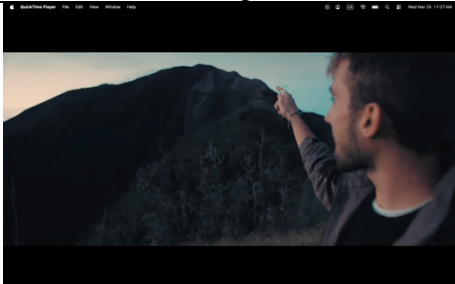
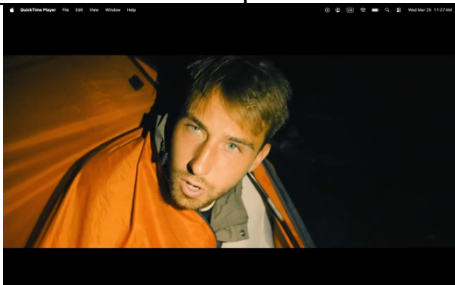
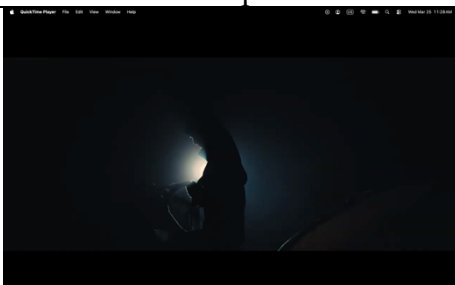
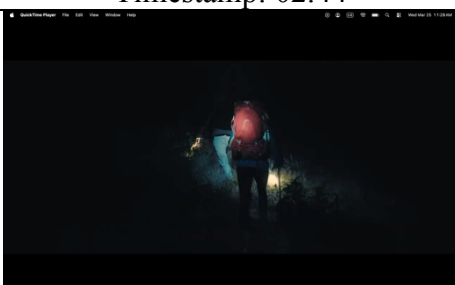
### 3.1.2. Gunung Rinjani

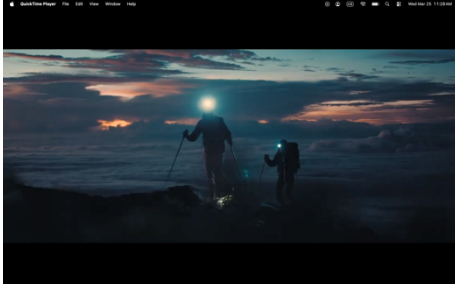
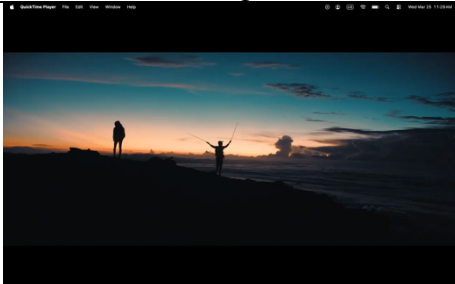
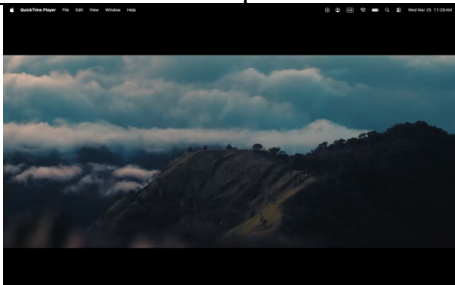
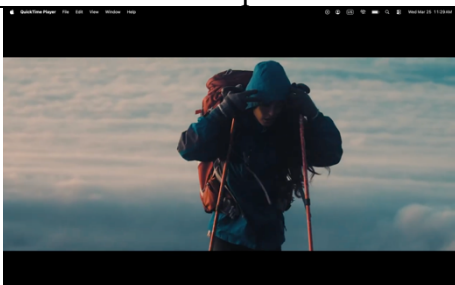
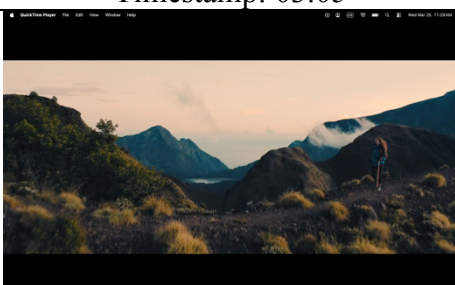
No	Timestamp/scene	Unsur Visual	Unsur Auditori
1	<p>Timestamp: 01.05</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Suara <i>ambience</i> mobil dan musik <i>up beat</i> khas asia.</p>
2	<p>Timestamp: 01.07</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>
3		<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>






	 <p>Timestamp: 01.08</p>		
4	 <p>Timestamp: 01.13</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik <i>up</i>  <i>beat</i> khas  asia.</p>
5	 <p>Timestamp: 01.15</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik <i>up</i>  <i>beat</i> khas  asia.</p>
6	 <p>Timestamp: 01.19</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik <i>up</i>  <i>beat</i> khas  asia.</p>
7		<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik <i>up</i>  <i>beat</i> khas  asia.</p>

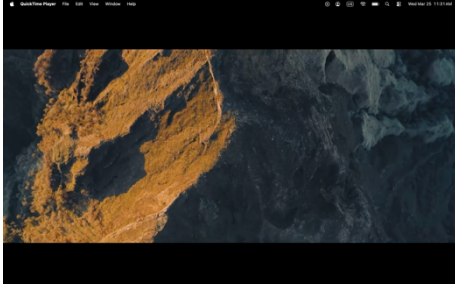
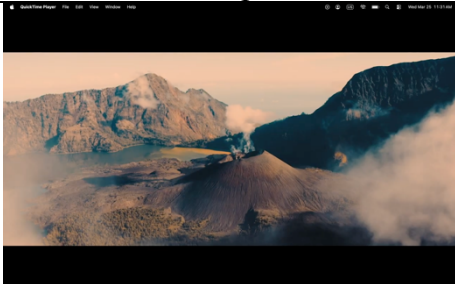
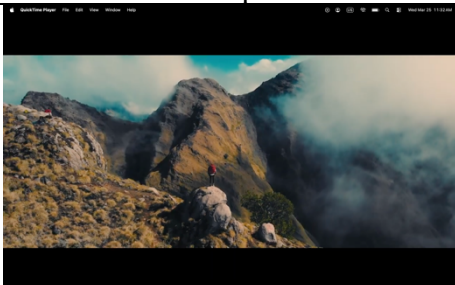
	 <p>Timestamp: 01.20</p>		
8	 <p>Timestamp: 01.21</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>
9	 <p>Timestamp: 01.24</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>
10	 <p>Timestamp: 01.29</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>
11	 <p>Timestamp: 01.32</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>

12	 <p>Timestamp: 01.40</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	Keheningan
13	 <p>Timestamp: 01.41</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Keheningan
14	 <p>Timestamp: 01.50</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	Musik up beat khas asia.
15	 <p>Timestamp: 01.59</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik up beat khas asia.
16	 <p>Timestamp: 02.01</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik up beat khas asia.

17	 <p>Timestamp: 02.05</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>
18	 <p>Timestamp: 02.13</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik <i>up beat</i> khas asia.</p>
19	 <p>Timestamp: 02.37</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan <i>dreamy</i></p>
20	 <p>Timestamp: 02.44</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan <i>dreamy</i></p>
21	 <p>Timestamp: 02.50</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan <i>dreamy</i></p>

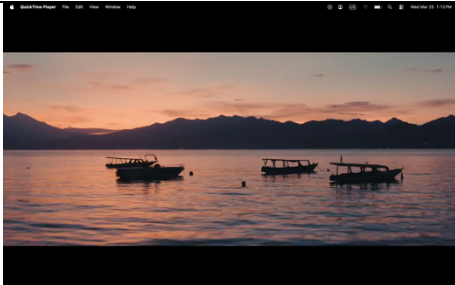
22	 <p>Timestamp: 02.55</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
23	 <p>Timestamp: 03.01</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
24	 <p>Timestamp: 03.03</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
25	 <p>Timestamp: 03.05</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
26	 <p>Timestamp: 03.06</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>

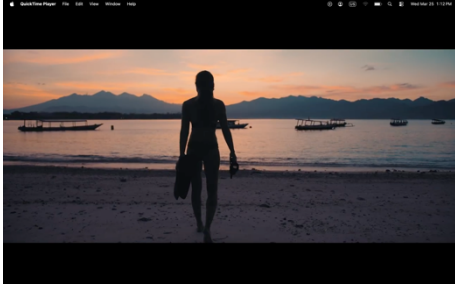
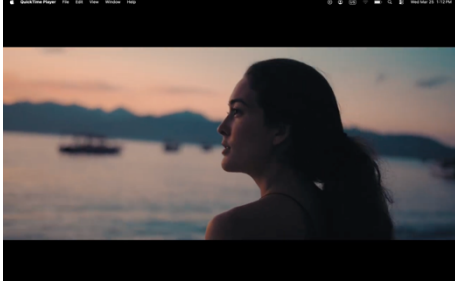
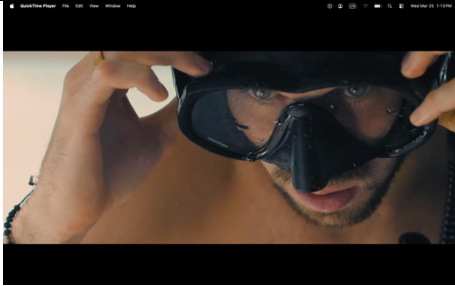
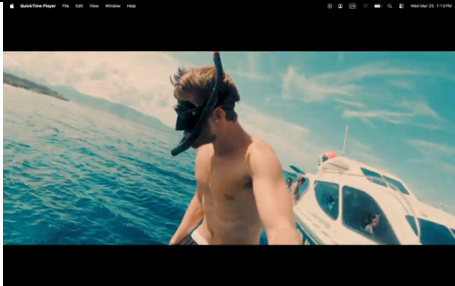
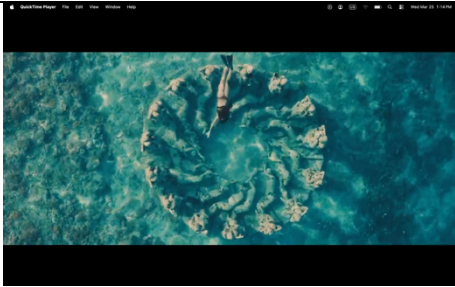
27	 <p>Timestamp: 03.13</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
28	 <p>Timestamp: 03.17</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
29	 <p>Timestamp: 03.30</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
30	 <p>Timestamp: 03.32</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
31	 <p>Timestamp: 03.33</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>

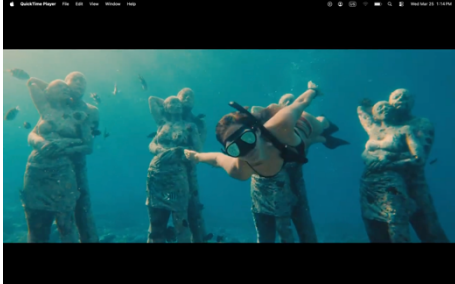
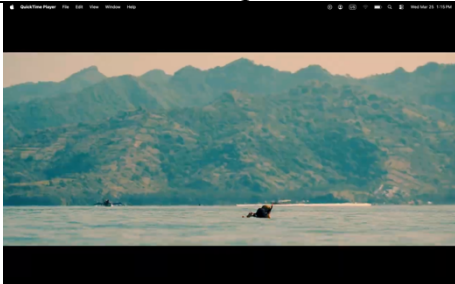
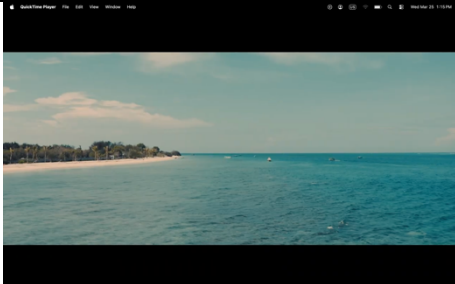
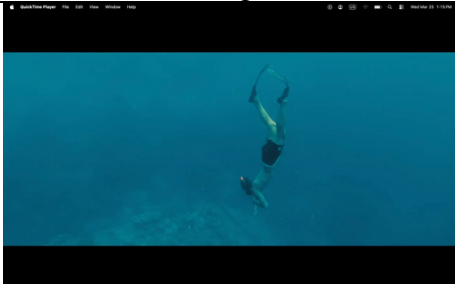
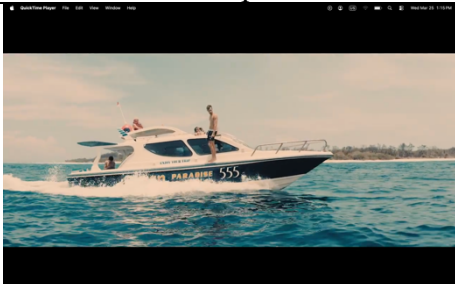
32	 <p>Timestamp: 03.38</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
33	 <p>Timestamp: 03.41</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>
34	 <p>Timestamp: 03.47</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	<p>Musik lo-fi santai dan dreamy</p>






**Tabel 4. 2 Hasil temuan di lokasi Gunung Rinjani**

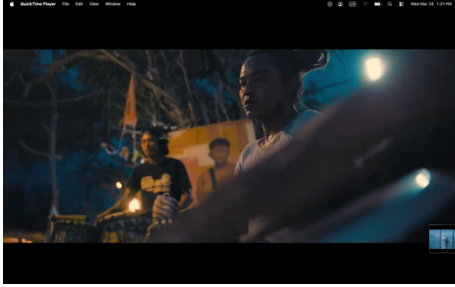
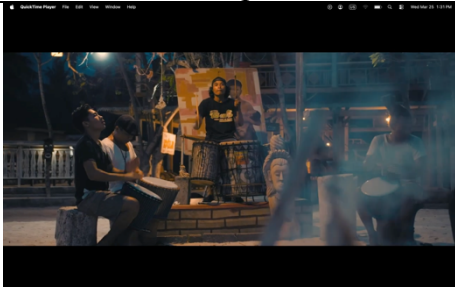
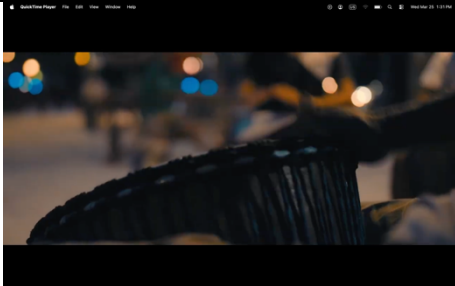
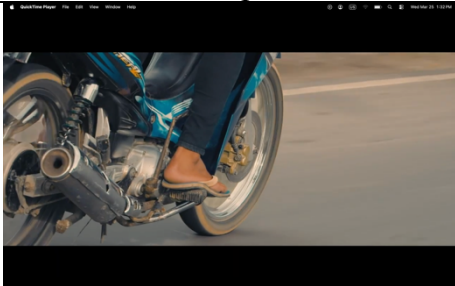
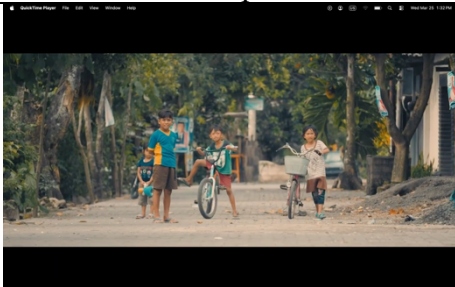
### 3.1.3. Gili Trawangan

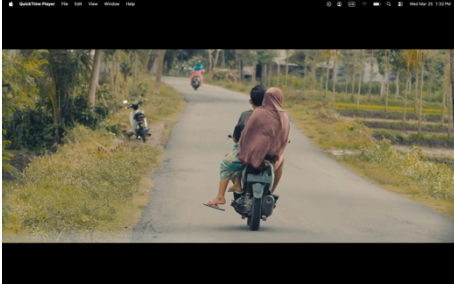
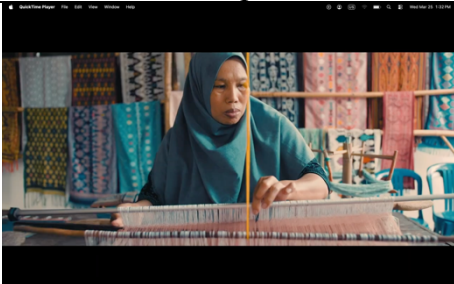
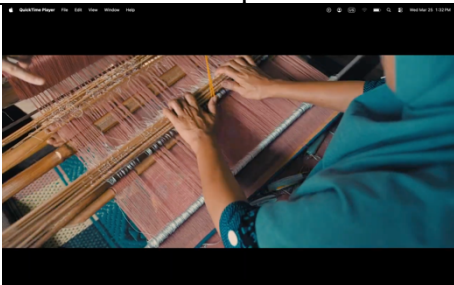
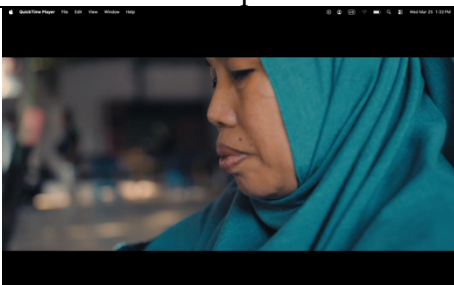

No	Timestamp/scene	Unsur Visual	Unsur Auditori
1	 <p>Timestamp: 03.58</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Suara ambience laut dan musik santai.</p>




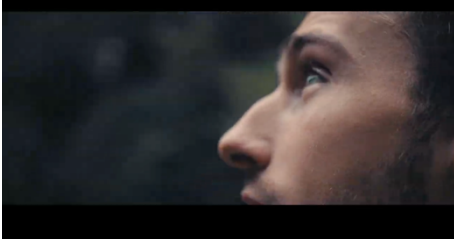

2	 <p>Timestamp: 04.03</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: tracking</i></p>	<p>Suara  ambience  laut dan  musik santai.</p>
3	 <p>Timestamp: 04.04</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Suara  ambience  laut dan  musik santai.</p>
4	 <p>Timestamp: 04.14</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik santai.</p>
5	 <p>Timestamp: 04.19</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik santai.</p>
6	 <p>Timestamp: 04.23</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik santai.</p>

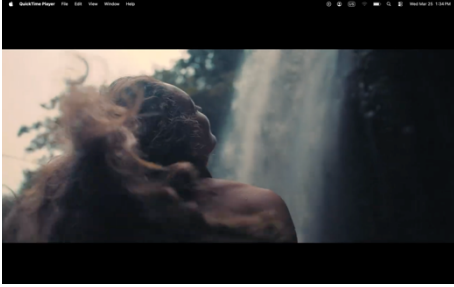
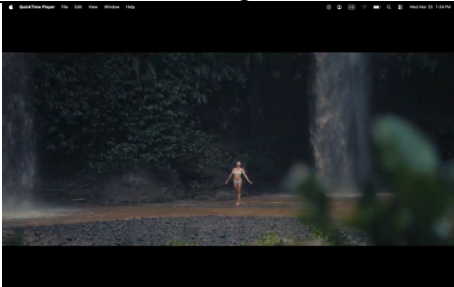
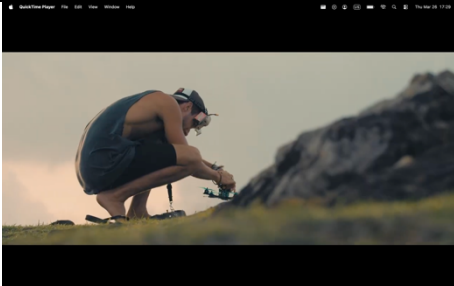
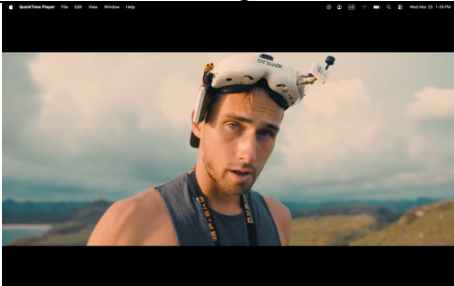
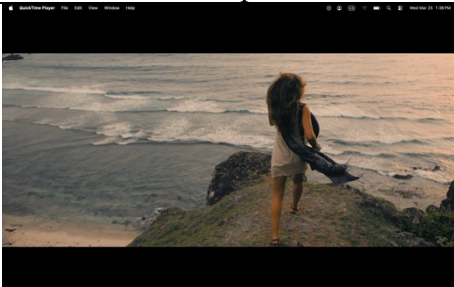
7	 <p>Timestamp: 04.25</p>	<p><i>Shot:Medium shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	Musik santai.
8	 <p>Timestamp: 04.37</p>	<p><i>Shot:Long shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	Musik santai.
9	 <p>Timestamp: 04.38</p>	<p><i>Shot:Extreme long shot</i>  <i>Angle:High angle</i>  <i>Movement:-</i></p>	Musik santai.
10	 <p>Timestamp: 04.39</p>	<p><i>Shot:Long shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:Tracking</i></p>	Musik santai.
11	 <p>Timestamp: 04.43</p>	<p><i>Shot:Long shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:Tracking</i></p>	Musik santai.



12	 <p>Timestamp: 04.49</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai.
13	 <p>Timestamp: 04.50</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai.
14	 <p>Timestamp: 04.52</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai.
15	 <p>Timestamp: 04.55</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai.
16	 <p>Timestamp: 05.06</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai.

17	 <p>Timestamp: 05.08</p>	<p><i>Shot:Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	Musik santai.
18	 <p>Timestamp: 05.12</p>	<p><i>Shot:Long shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	Musik santai.
19	 <p>Timestamp: 05.13</p>	<p><i>Shot:Close up</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	Musik santai.
20	 <p>Timestamp: 05.20</p>	<p><i>Shot:Medium shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:Tracking</i></p>	Musik emosional menenangkan
21	 <p>Timestamp: 05.21</p>	<p><i>Shot:Long shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	Musik emosional menenangkan

22	 <p>Timestamp: 05.22</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik emosional menenangkan
23	 <p>Timestamp: 05.23</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional menenangkan
24	 <p>Timestamp: 05.24</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional menenangkan
25	 <p>Timestamp: 05.25</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional menenangkan
26	 <p>Timestamp: 05.26</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	Musik emosional menenangkan


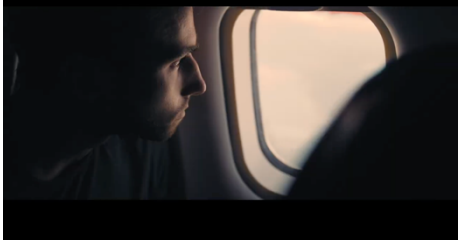
27	 <p>Timestamp: 05.27</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
28	 <p>Timestamp: 05.28</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
29	 <p>Timestamp: 05.29</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
30	 <p>Timestamp: 05.30</p>	<p><i>Shot: Close Up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
31	 <p>Timestamp: 05.32</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>

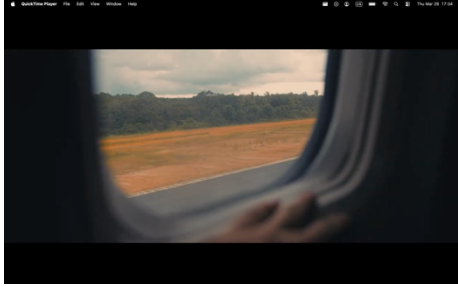
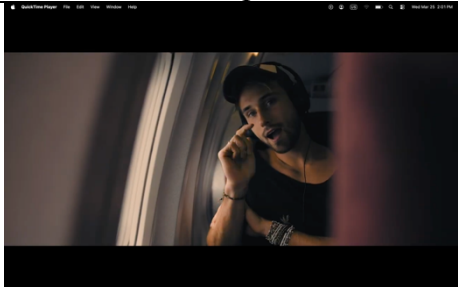
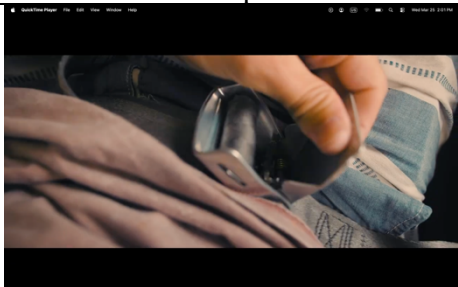
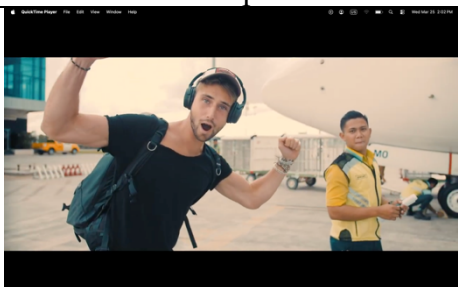
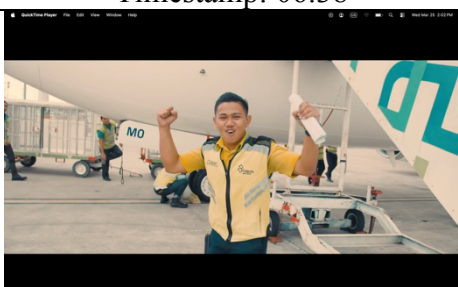
32	 <p>Timestamp: 05.33</p>	<p><i>Shot:Medium shot</i>  <i>Angle:Low angle</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
33	 <p>Timestamp: 05.34</p>	<p><i>Shot:Extreme Long shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
34	 <p>Timestamp: 05.35</p>	<p><i>Shot:Long shot</i>  <i>Angle:Low angle</i>  <i>Movement:Pan left</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
35	 <p>Timestamp: 05.37</p>	<p><i>Shot:Medium shot</i>  <i>Angle:Eye level</i>  <i>Movement:-</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
36	 <p>Timestamp: 05.48</p>	<p><i>Shot:Long shot</i>  <i>Angle:High angle</i>  <i>Movement:Tracking</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>

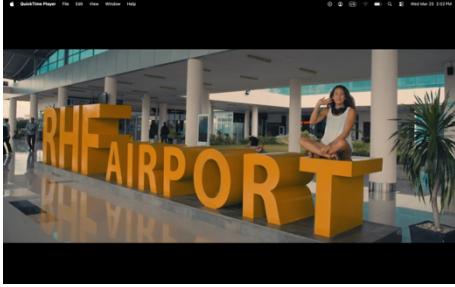
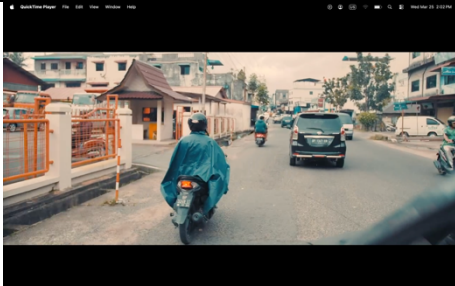
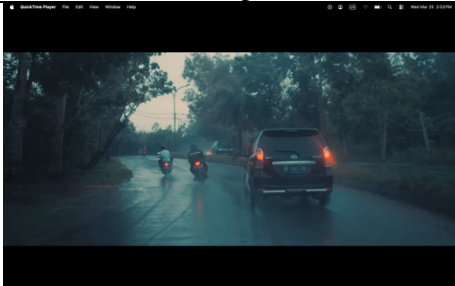
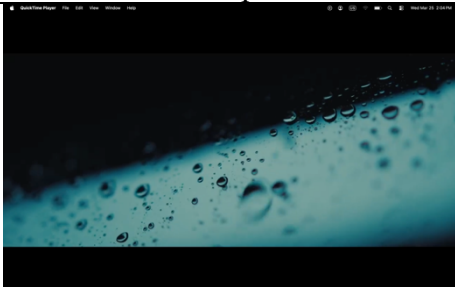
37	 <p>Timestamp: 05.49</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
38	 <p>Timestamp: 05.52</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>






*Tabel 4. 3 Hasil temuan di lokasi Gili Trawangan*

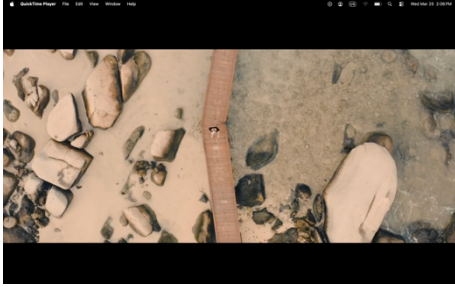
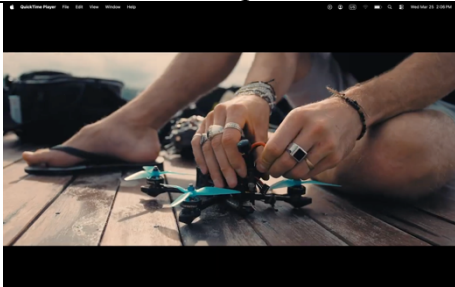
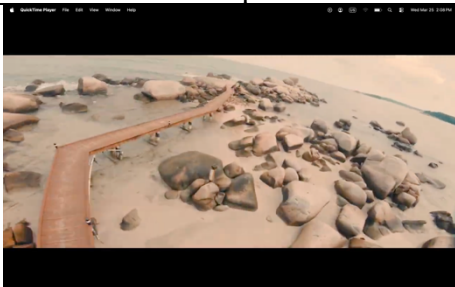
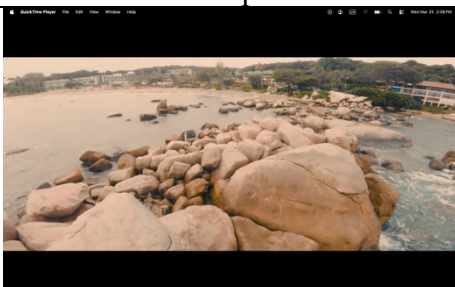
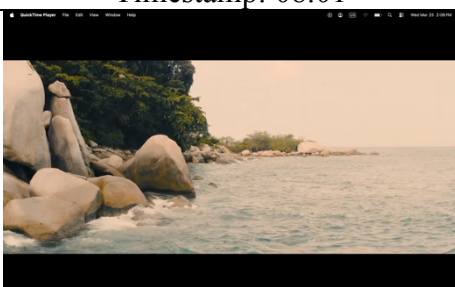
#### 3.1.4. Bintang

No	Timestamp/scene	Unsur Visual	Unsur Auditori
1	 <p>Timestamp: 05.55</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
2	 <p>Timestamp: 05.57</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: . -</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>
3		<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional menenangkan</p>

	 <p>Timestamp: 05.58</p>		
4	 <p>Timestamp: 06.35</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>
5	 <p>Timestamp: 06.36</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>
6	 <p>Timestamp: 06.38</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>
7	 <p>Timestamp: 06.42</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>


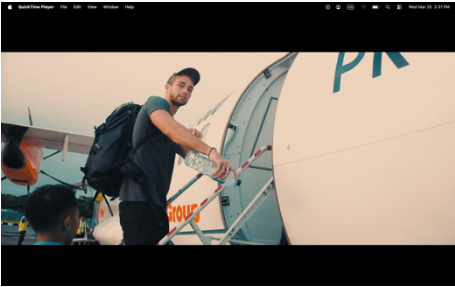
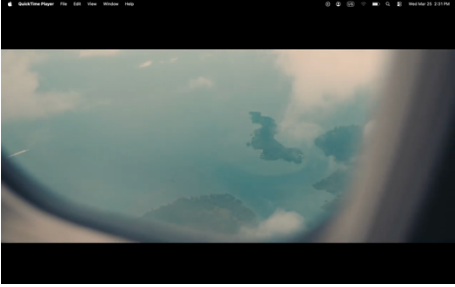
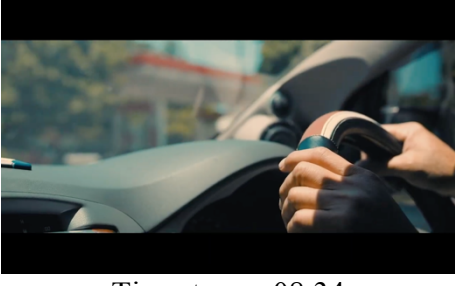
8	 <p>Timestamp: 06.47</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>
9	 <p>Timestamp: 06.49</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>
10	 <p>Timestamp: 06.48</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>
11	 <p>Timestamp: 06.55</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>
12	 <p>Timestamp: 07.00</p>	<p><i>Shot: Extreme Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik trap      agresif</p>




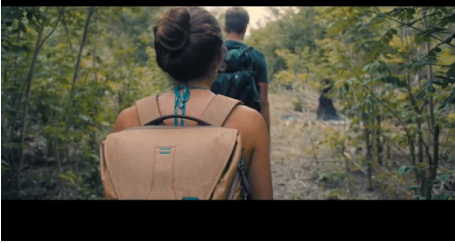

13	 <p>Timestamp: 06.57</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik trap agresif
14	 <p>Timestamp: 07.40</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	Musik trap agresif
15	 <p>Timestamp: 07.42</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik trap agresif
16	 <p>Timestamp: 07.43</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	Musik trap agresif
17	 <p>Timestamp: 07.47</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	Musik trap agresif

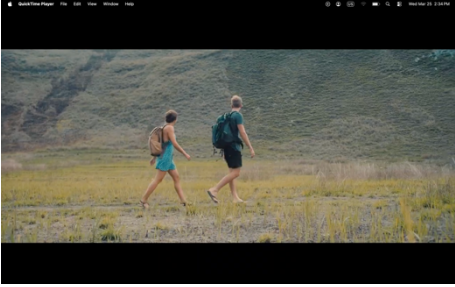
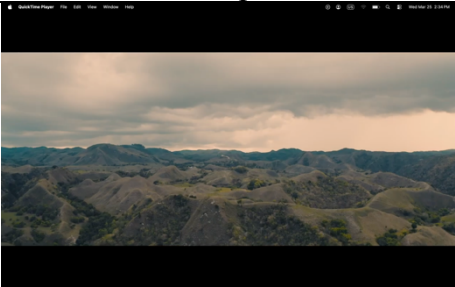

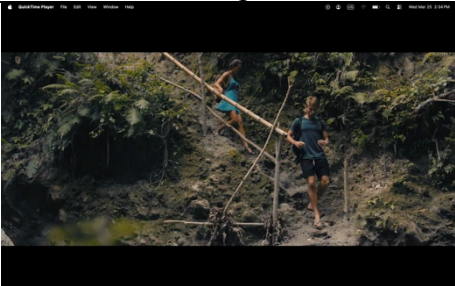
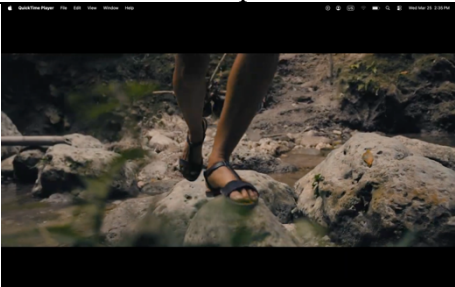
18	 <p>Timestamp: 07.48</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik trap agresif
19	 <p>Timestamp: 07.49</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	Musik trap agresif
20	 <p>Timestamp: 07.57</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik trap agresif
21	 <p>Timestamp: 08.01</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik trap agresif
22	 <p>Timestamp: 08.06</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	Musik trap agresif

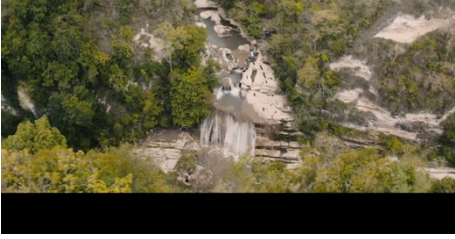

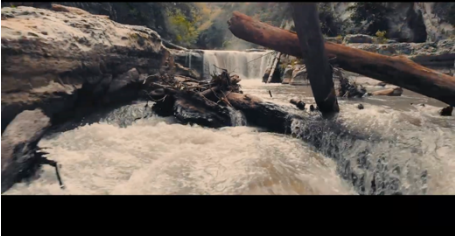
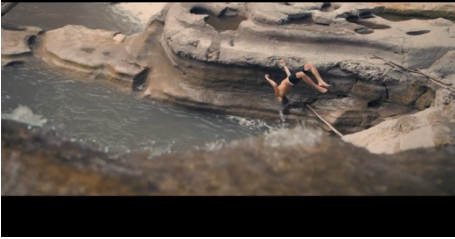

**Tabel 4. 4 Hasil temuan lokasi Bintang**

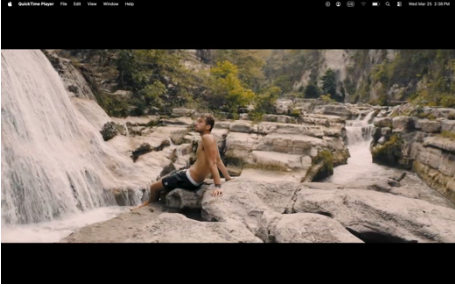
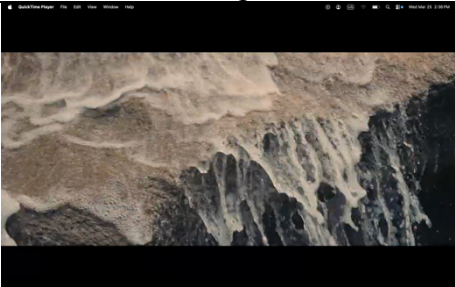
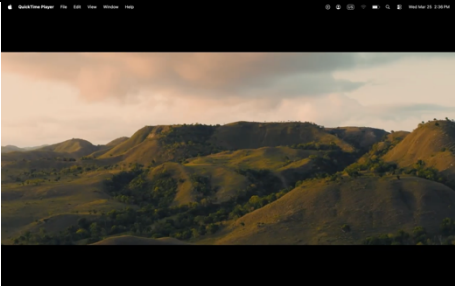
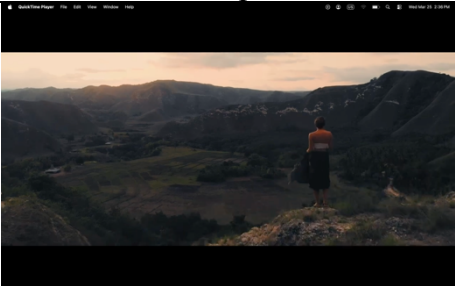
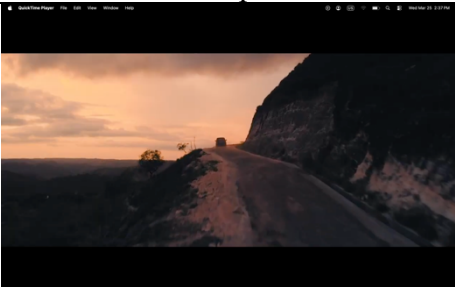
## 3.1.5. Sumba

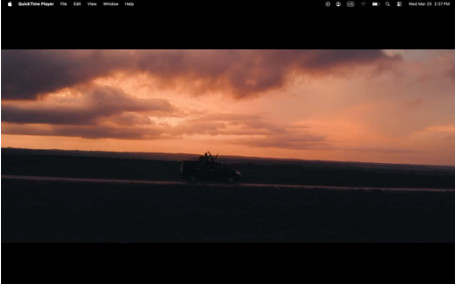
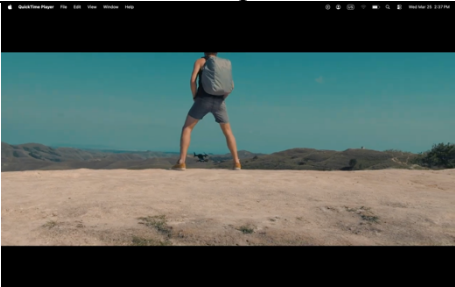
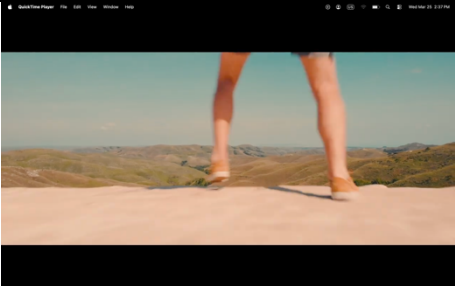
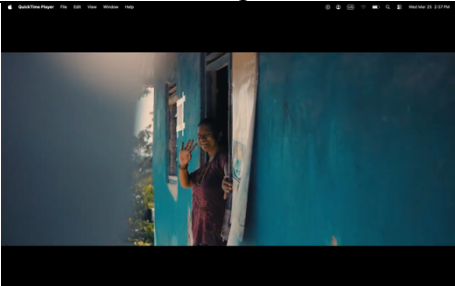
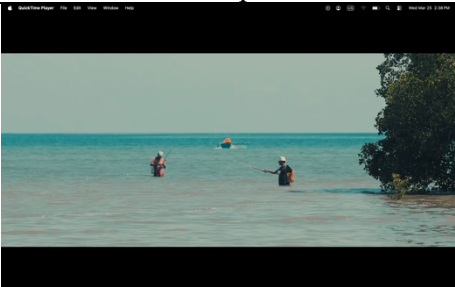
No	Timestamp/scene	Unsur Visual	Unsur Auditori
1	 <p>Timestamp: 08.10</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Suara <i>ambience</i> perkotaan (motor, mobil, dan lainnya).</p>
2	 <p>Timestamp: 08.11</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri dan suara <i>ambience</i> sekitar.</p>
3	 <p>Timestamp: 08.12</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik petikan gitar dengan suasana misteri.</p>
4	 <p>Timestamp: 08.34</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	






5	 <p>Timestamp: 08.35</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	
6	 <p>Timestamp: 08.38</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai dan energik
7	 <p>Timestamp: 08.39</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik
8	 <p>08.41</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik
9	 <p>Timestamp: 08.42</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye Level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik

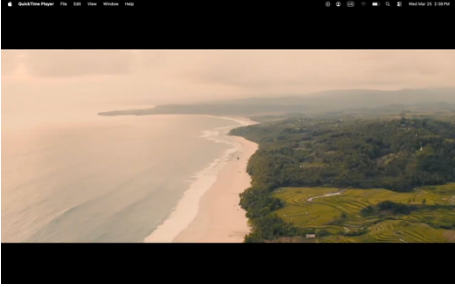
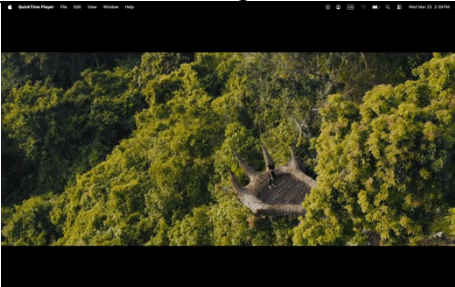
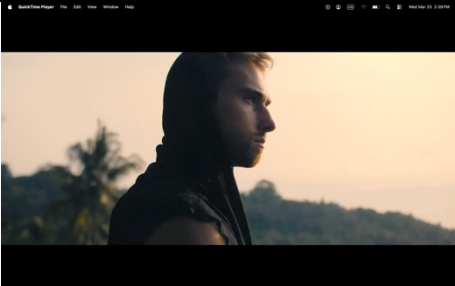
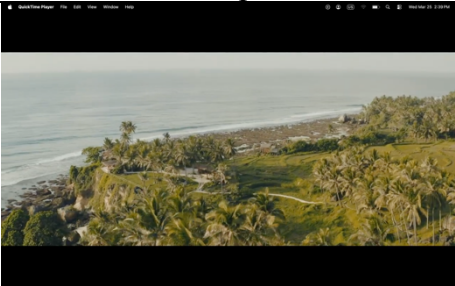
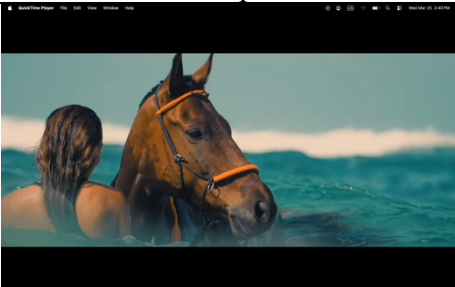
10	 <p>Timestamp: 08.46</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik
11	 <p>Timestamp: 08.47</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	Musik santai dan energik
12	 <p>Timestamp: 08.54</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	Musik santai dan energik
13	 <p>Timestamp: 08.58</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai dan energik
14	 <p>Timestamp: 08.59</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik

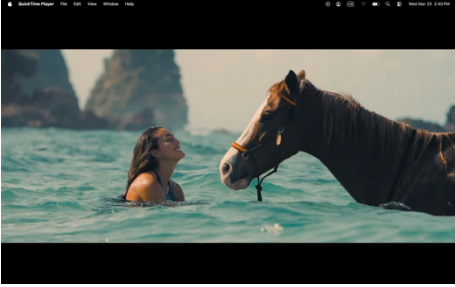
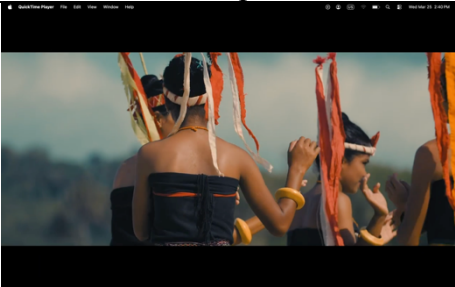
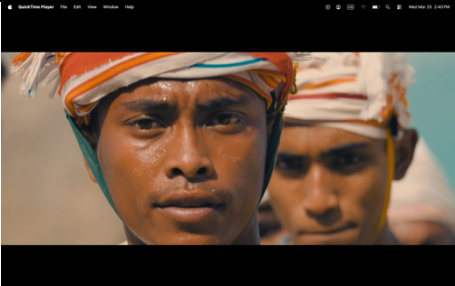
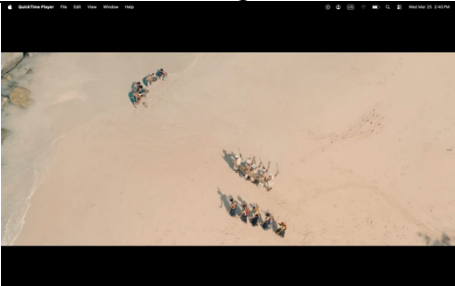
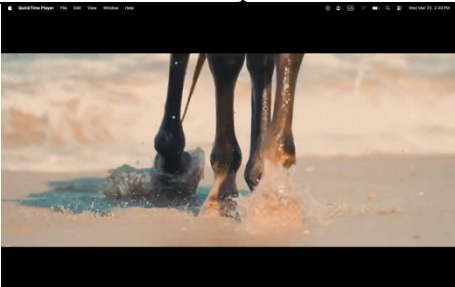
15	 <p>Timestamp: 09.00</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	Musik santai dan energik
16	 <p>Timestamp: 09.02</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai dan energik
17	 <p>Timestamp: 09.04</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	Musik santai dan energik
18	 <p>Timestamp: 09.09</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik
19	 <p>Timestamp: 09.12</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai dan energik

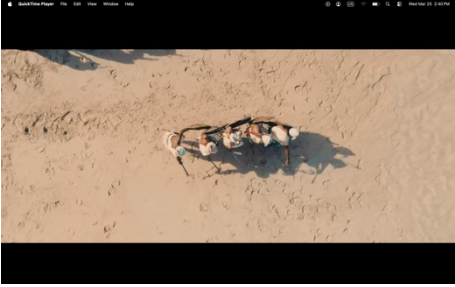
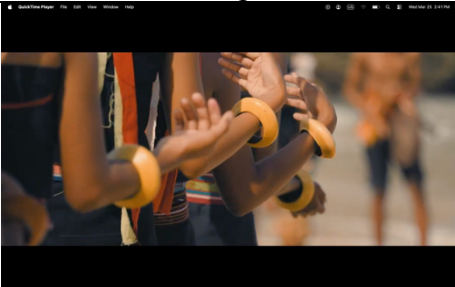
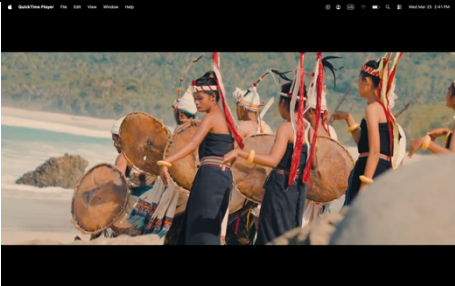
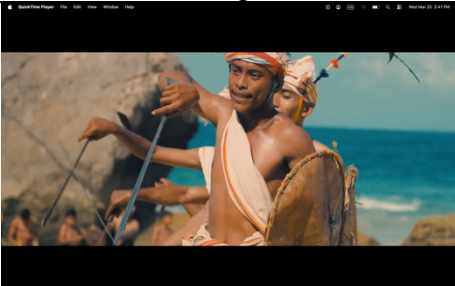
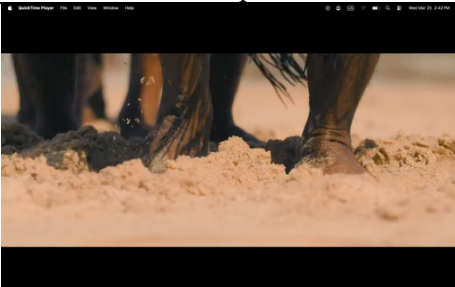
20	 <p>Timestamp: 09.14</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	Musik santai dan energik
21	 <p>Timestamp: 09.19</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik santai dan energik
22	 <p>Timestamp: 09.20</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan left</i></p>	Musik santai dan energik
23	 <p>Timestamp: 09.22</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	Musik santai dan energik
24	 <p>Timestamp: 09.26</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik

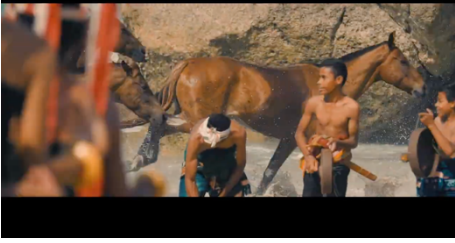




25	 <p>Timestamp: 09.28</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	Musik santai dan energik
26	 <p>Timestamp: 09.52</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional, megah dan epik
27	 <p>Timestamp: 09.55</p>	<p><i>Shot: Extreme long shoto</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	Musik emosional, megah dan epik
28	 <p>Timestamp: 10.01</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	Musik emosional, megah dan epik
29	 <p>Timestamp: 10.02</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional, megah dan epik


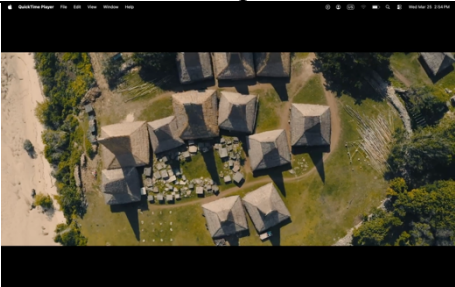

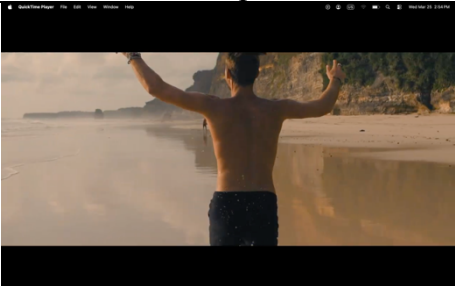
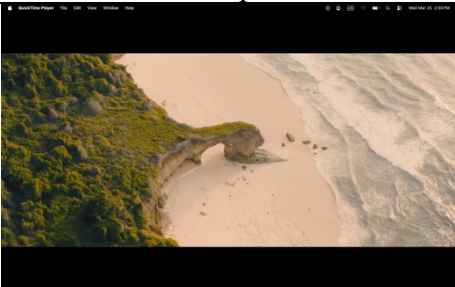
30	 <p>Timestamp: 10.03</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
31	 <p>Timestamp: 10.04</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
32	 <p>Timestamp: 10.06</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
33	 <p>Timestamp: 10.11</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
34	 <p>Timestamp: 10.13</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

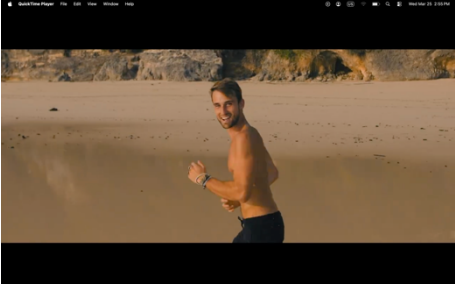
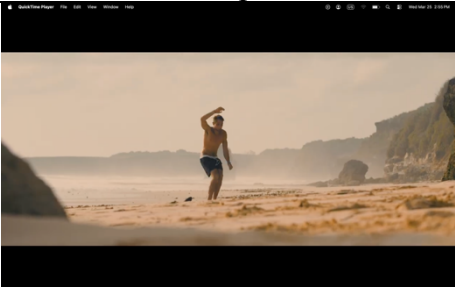
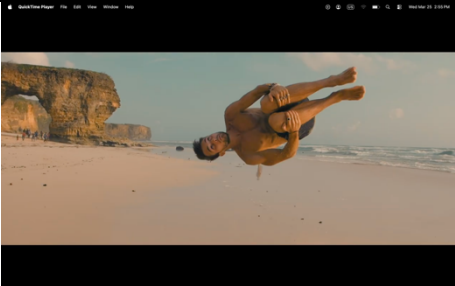
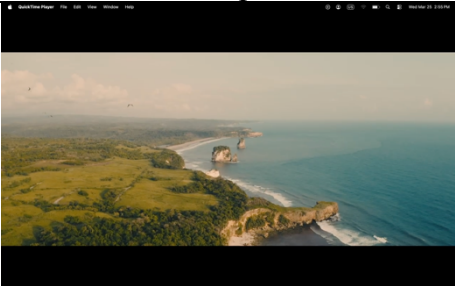
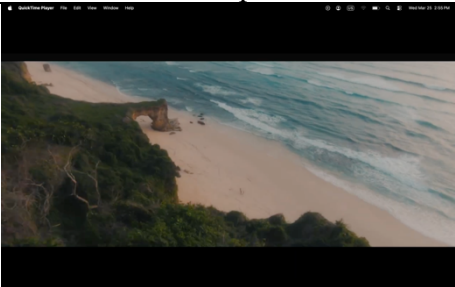
35	 <p>Timestamp: 10.14</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
36	 <p>Timestamp: 10.18</p>	<p><i>Shot: Lon shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
37	 <p>Timestamp: 10.20</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
38	 <p>Timestamp: 10.22</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
39	 <p>Timestamp: 10.24</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

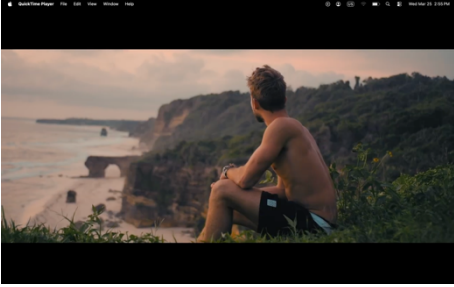
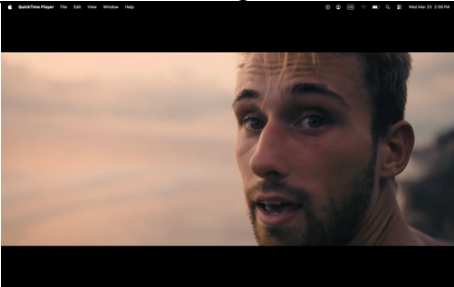
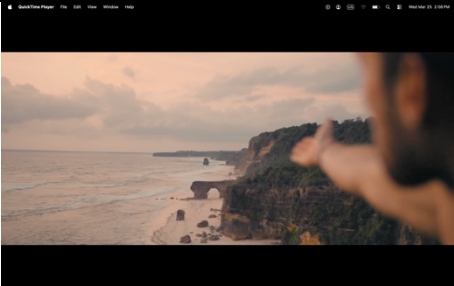
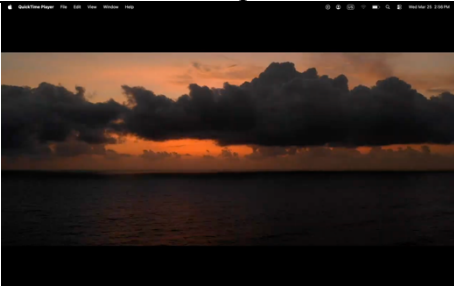
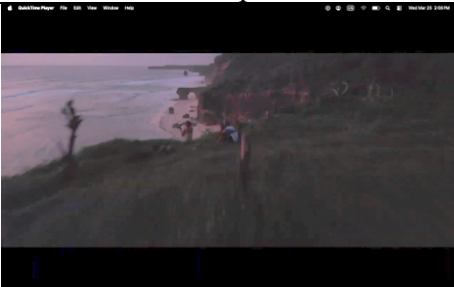
40	 <p>Timestamp: 10.27</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional, megah dan epik
41	 <p>Timestamp: 10.31</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional, megah dan epik
42	 <p>Timestamp: 10.33</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional, megah dan epik
43	 <p>Timestamp: 10.35</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Pan right</i></p>	Musik emosional, megah dan epik
44	 <p>Timestamp: 10.37</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	Musik emosional, megah dan epik

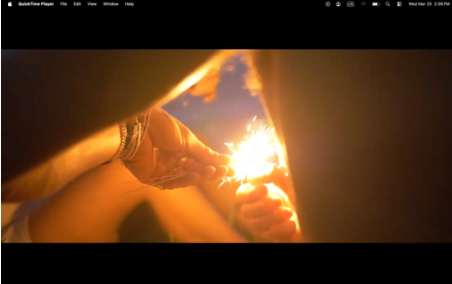
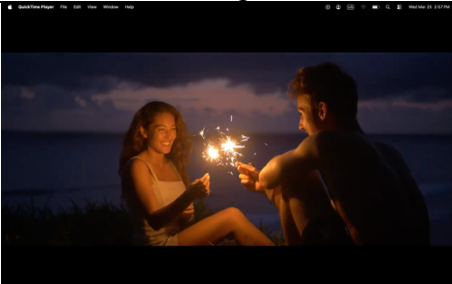
45	 <p>Timestamp: 10.39</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
46	 <p>Timestamp: 10.40</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
47	 <p>Timestamp: 10.44</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
48	 <p>Timestamp: 10.45</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
49	 <p>Timestamp: 10.47</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

50	 <p>Timestamp: 10.48</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
51	 <p>Timestamp: 10.50</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
52	 <p>Timestamp: 10.52</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
53	 <p>Timestamp: 10.57</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
54	 <p>Timestamp: 10.58</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Low angle</i>  <i>Movement: Tracking &amp; tilt up</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

55	 <p>Timestamp: 10.59</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
56	 <p>Timestamp: 11.00</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
57	 <p>Timestamp: 11.02</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly out</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
58	 <p>Timestamp: 11.15</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
59	 <p>Timestamp: 11.16</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: tracking</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

60	 <p>Timestamp: 11.17</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
61	 <p>Timestamp: 11.17</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
62	 <p>Timestamp: 11.19</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: Tracking</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
63	 <p>Timestamp: 11.21</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Tilt down</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
64	 <p>Timestamp: 11.25</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

65	 <p>Timestamp: 11.31</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
66	 <p>Timestamp: 11.33</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
67	 <p>Timestamp: 11.44</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
68	 <p>Timestamp: 11.46</p>	<p><i>Shot: Extreme long shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
69	 <p>Timestamp: 11.51</p>	<p><i>Shot: Long shot</i>  <i>Angle: High angle</i>  <i>Movement: Dolly in</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

70	 <p>Timestamp: 11.55</p>	<p><i>Shot: Close up</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>
71	 <p>Timestamp: 11.59</p>	<p><i>Shot: Medium shot</i>  <i>Angle: Eye level</i>  <i>Movement: -</i></p>	<p>Musik emosional, megah dan epik</p>

*Tabel 4. 5 Hasil temuan lokasi Sumba*

#### 4.2. Pembahasan

Berdasarkan temuan yang didapatkan oleh peneliti bahwa benar adanya penggunaan unsur visual dan auditori, hal ini sejalan dengan rumusan masalah peneliti, yaitu menganalisis bagaimana pesan promosi pariwisata Indonesia direpresentasikan oleh Sam Kolder melalui unsur visual dan auditori dalam video vlog dokumenter Exploring Indonesia.

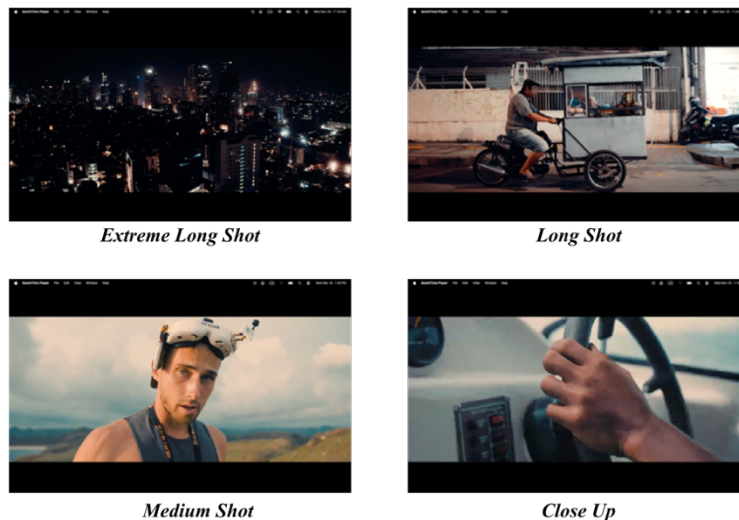
Dalam unsur visual dan auditori itu sendiri terdapat berbagai turunan yang menjadi indikator dalam menganalisis isi dari video “Exploring Indonesia”. Untuk unsur visual peneliti akan menganalisis jenis *shot*, *angle*, dan *movement*. Dan untuk unsur auditori peneliti akan menganalisis musik, efek suara, dan keheningan. Yang dimana kedua unsur ini menurut Chion merupakan satu kesatuan dari sebuah produk audiovisual, visual dan auditori

bekerja secara simultan dan akan saling mempengaruhi dalam membentuk pengalaman tersendiri bagi penonton.

#### 4.2.1. Unsur Visual

##### a. Jenis *Shot*

Dari temuan yang peneliti sajikan di bagian hasil penelitian, terlihat bahwa Sam Kolder menggunakan semua jenis shot yang peneliti dapati berdasarkan teori dari Herbert Zettl.



**Gambar 4. 2** Jenis *shot* yang digunakan dalam video “Exploring Indonesia”

Gambar diatas merupakan perwakilan dari jenis *shot* atau komposisi gambar yang digunakan oleh Sam Kolder dalam video “Exploring Indonesia”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, Sam Kolder menggunakan semua jenis shot sesuai dengan teori Zettl.

Jenis *shot* atau *frame size* dalam produksi audiovisual memiliki maksud dan makna tersendiri setiap penggunaannya Bonafix

(2011) menjabarkan berbagai fungsi dari jenis *shot* dari sebuah audiovisual. Pengambilan gambar *Long shot* (pengambilan gambar keseluruhan objek beserta lingkungan) memiliki fungsi untuk memberikan gambaran kepada audiens tentang lokasi yang sedang di tempati oleh objek. Lalu pengambilan gambar *Medium shot* (pengambilan gambar sebagian dari objek) memiliki fungsi untuk menaruh perhatian audiens lebih kepada objek untuk memperkenalkan atau memfokuskan kegiatan yang dilakukan objek. Lalu untuk pengambilan gambar *Close up* (pengambilan gambar bagian tubuh tertentu dari objek) berfungsi untuk menonjolkan ekspresi tertentu atau bisa digunakan untuk memberikan kesan dramatis dan mendetail dari sebuah *shot* (Bonafix, 2011).

**b. Angle**

Berdasarkan temuan yang peneliti sajikan di hasil penelitian, Sam Kolder juga menggunakan berbagai macam *camera angle* dalam video “Exploring Indonesia”.



**Gambar 4. 3 Jenis *angle* yang digunakan dalam video “Exploring Indonesia”**

Gambar diatas merupakan contoh penggunaan berbagai *angle* didalam video “Exploring Indonesia”. Berdasarkan temuan peneliti di hasil penelitian, Sam Kolder terlihat menggunakan *angle* kamera seperti teori yang dikemukakan oleh Zettl.

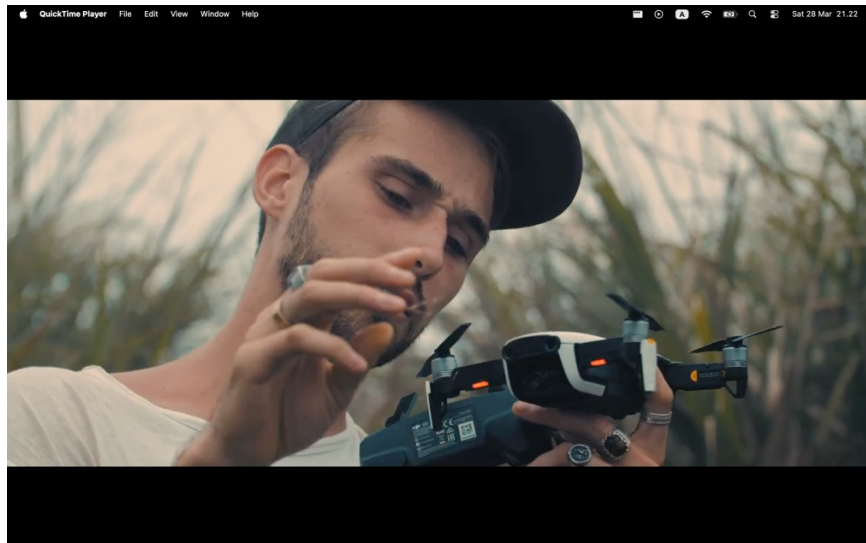
Penggunaan *angle* dalam pembuatan sebuah video juga memiliki fungsinya tersendiri. *High angle* (Pengambilan gambar dengan posisi kamera lebih tinggi daripada objek) memberi kesan ketidakberdayaan kepada objek yang disorot, dalam kasus ini *high angle* memberikan kesan kebesaran dan kehebatan dari alam Indonesia bila disandingkan dengan objek.

*Eye level* (Pengambilan gambar dengan posisi kamera sejajar dengan objek yang diambil) biasanya berfungsi saat mengambil objek manusia yang sedang melakukan aktifitas tertentu sehingga dapat dilihat secara jelas oleh penonton di layar.

*Low angle* (Pengambilan gambar dengan posisi kamera lebih rendah daripada objek) biasanya berfungsi untuk memberikan kesan objek menjadi lebih berkuasa dalam alur cerita dalam video. Tentu hal ini bergantung pada bagaimana videografer mengambill persepsi. Pada gambar diatas *low angle* justru memberikan kesan rumah adat sumba memiliki kuasa dan kemegahan dan objek menjadi terkesan kecil (Herwina et al., 2024).

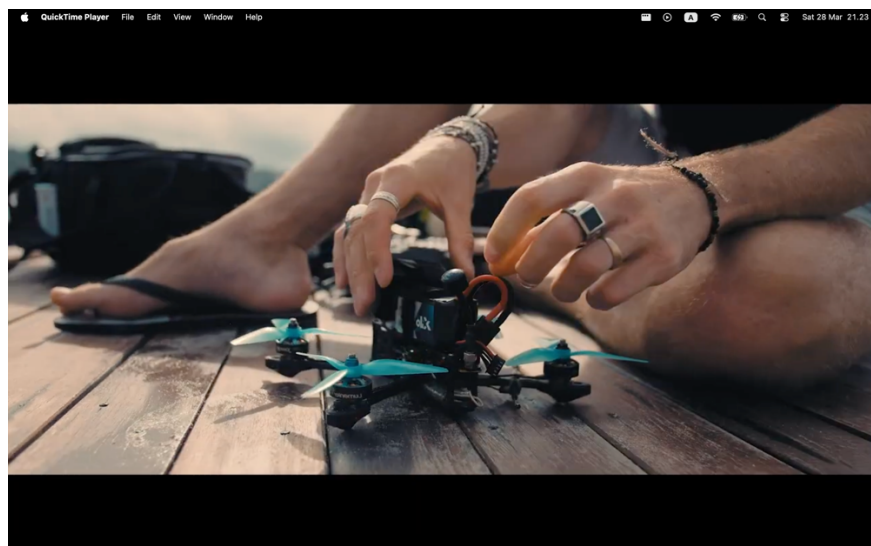
**c. *Movement***

Berdasarkan temuan peneliti di hasil penelitian, Sam Kolder juga menggunakan berbagai macam *camera movement* (pergerakan kamera) didalam video “Exploring Indonesia”. Pada video ini Sam Kolder juga banyak menggunakan alat bernama *drone*, sebuah kamera terbang yang dapat dikendalikan melalui *remote control* untuk menyajikan video vlog yang lebih dinamis dan memamerkan keindahan alam Indonesia dari sudut pandang yang lebih luas.

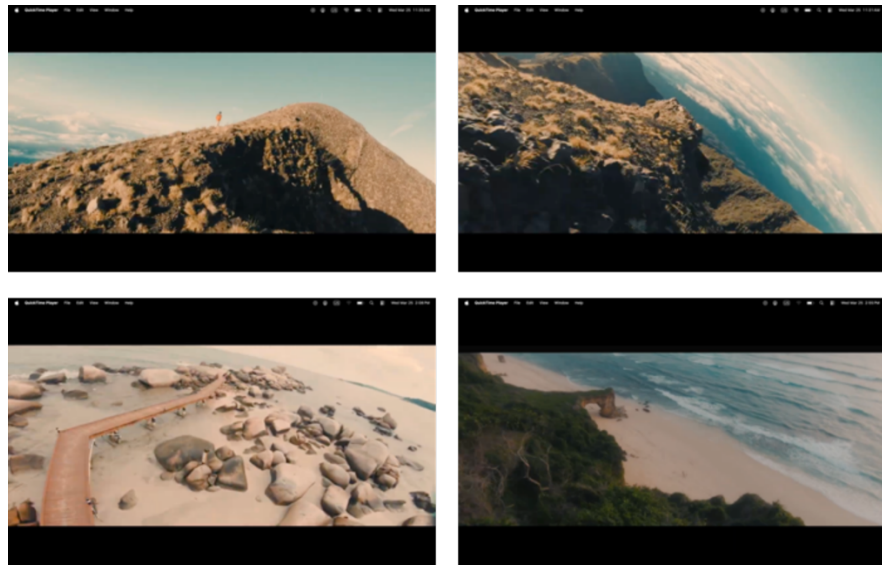


**Gambar 4. 4** Alat drone yang digunakan Sam Kolder

Dalam video “Exploring Indonesia” Sam Kolder juga menggunakan alat sejenis yang bernama *FPV drone*, sebuah drone yang secara fungsi untuk kompetisi, namun di video ini Sam Kolder menggunakannya untuk kebutuhan video dan memberikan hasil yang unik.



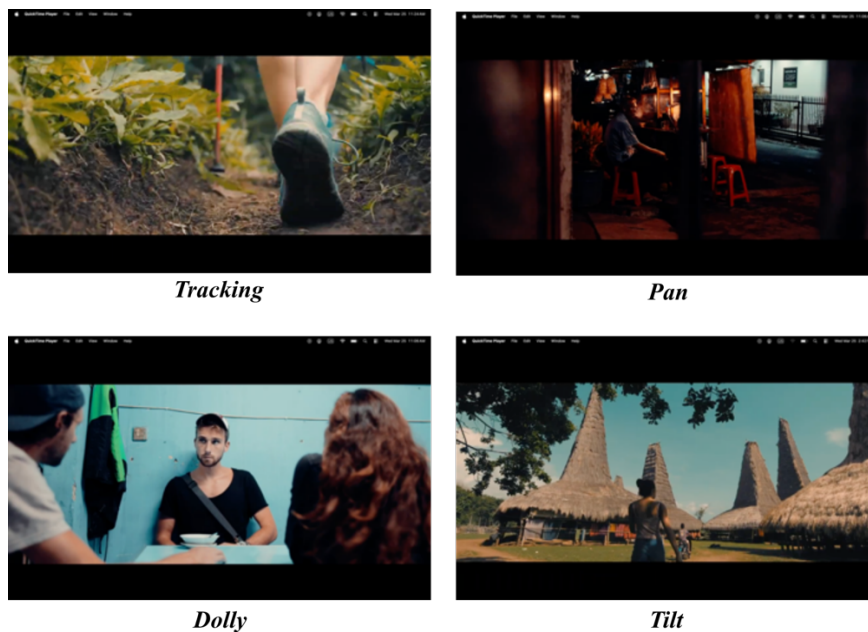
**Gambar 4. 5** FPV drone yang digunakan Sam Kolder



**Gambar 4. 6** Beberapa hasil gambar yang diambil menggunakan *FPV drone*

Kehadiran *FPV drone* memberikan sebuah *camera movement* yang unik dan tidak bisa dilakukan hanya dengan tangan biasa, manuver dan kecepatan dari *drone* ini memberikan hasil gambar yang unik juga.

Berbicara tentang *camera movement*, Sam Kolder juga melakukan berbagai variasi pergerakan kamera didalam video “Exploring Indonesia” saat menggunakan kamera biasa seperti *pan, tilt, dolly, dan tracking*.



**Gambar 4. 7 Penggunaan *camera movement* didalam video “Exploring Indonesia”**

Gambar diatas merupakan hasil temuan tentang *camera movement* dari video “Exploring Indonesia”. Terlihat bahwa Sam Kolder juga menggunakan semua jenis pergerakan kamera dalam berbagai adegannya.

*Tracking* yang merupakan pergerakan kamera yang mengikuti gerakan objek merupakan yang cukup sering dipakai dalam video “Exploring Indonesia”. Teknik pergerakan *tracking* memiliki fungsi untuk menciptakan efek visual yang dinamis serta memberikan kesan berupa keterlibatan langsung penonton kedalam video, seakan-akan mengikuti pergerakan objek didaam video. Selain itu pergerakan *tracking* juga berkontribusi dalam membangun kontinuitas visual agar penonton tetap terhubung dengan aktifitas objek yang ada didalam video.

Penggunaan pergerakan *pan/panning* yaitu berupa yaitu pergerakan kamera yang mengarahkan kearah kanan atau kiri memiliki fungsi untuk mengarahkan penonton pada elemen tertentu didalam sebuah *frame*. Didalam sinematografi penggunaan *slow panning* (gerakan *panning* yang lambat) juga dapat memberikan dimensi emosi pada suatu adegan dikarenakan gerakan kamera yang halus, memungkinkan penonton untuk mengeksplorasi ruang cerita dengan natural (Saputra & Manesah, 2025). Pergerakan kamera *tilt* juga memiliki fungsi yang sama dengan *pan* namun perbedaannya adalah pergerakan *tilt* adalah dari atas kebawah atau sebaliknya.

Pada video “Exploring Indonesia” Sam Kolder juga menggunakan teknik pergerakan kamera *dolly*, yaitu pergerakan kamera yang maju mendekati objek (*dolly in*) atau mundur menjauhi objek (*dolly out*). Menurut Dunham (2025) *dolly in* berfungsi untuk memperkuat intensitas emosi antara objek video dengan penonton. Lalu penggunaan *dolly out* memiliki fungsi untuk menunjukkan konteks lingkungan atau suasana sekitar objek, bisa juga digunakan untuk menciptakan jarak emosional dan memberikan nuansa kesepian dan isolasi (Dunham, 2025).

#### 4.2.2. Unsur Auditori

##### a. Musik

Berdasarkan hasil temuan yang didapat oleh peneliti pada video “Exploring Indonesia”, Sam Kolder menggunakan berbagai macam musik untuk mengiringi video vlog-nya. Setiap musik yang digunakan dalam video “Exploring Indonesia” memiliki kesan tersendiri dan berpadu dengan baik antara musik dan visual.

Dalam video “Exploring Indonesia” ini Sam Kolder tidak sembarangan dalam memilih musisi yang akan dimanikan. Menurut Zettl penggunaan musik dalam sebuah produk audiovisual dapat menetapkan suasana hati penonton, musik juga bisa berfungsi sebagai membangun struktur ritme pada rangkaian gambar, dan juga dapat digunakan sebagai refleksi dari kondisi atau keadaan objek didalam video.

Seperti contohnya Sam Kolder menggunakan musik misterius pada awal video dikarenakan Sam Kolder ingin menetapkan suasana misterius dan penasaran kepada penonton akan hal apa lagi yang akan Sam Kolder lakukan bersama teman-temannya. Begitu juga dengan ketika di Gili Trawangan Sam Kolder memberikan musik yang memberikan kesan seakan berada di sebuah pantai. Lalu Sam Kolder juga menggunakan musik yang memiliki *mood* epik atau *uplifting* emosional pada akhir video yang bertujuan

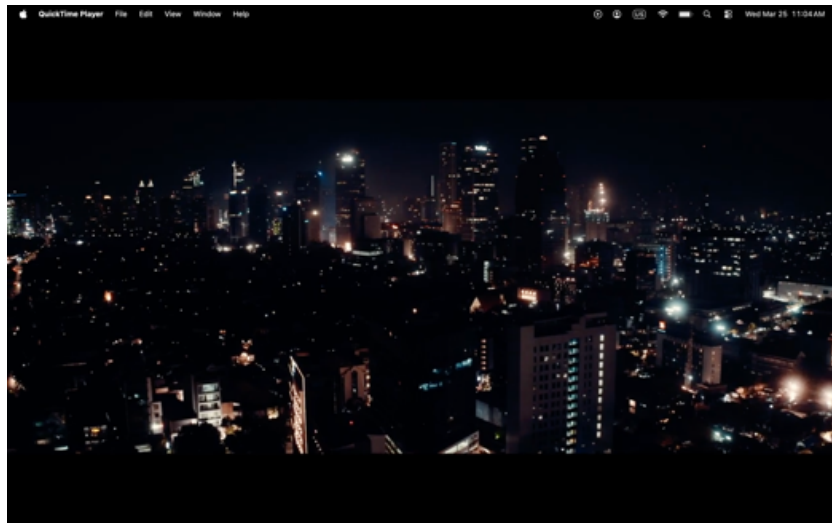
untuk memberikan kesan kehebatan dan kemegahan dari alam Indonesia.

**b. Efek suara**

Efek suara merupakan suara yang non-musikal didalam sebuah video atau film, biasanya berupa suara benda-benda yang ditambahkan disaat proses pasca produksi. Menurut Zettl efek suara memiliki fungsi sebagai pembentuk suasana lokasi dari suatu peristiwa seperti suara kendaraan bermotor yang menandakan di perkotaan, bisa juga difungsikan untuk penanda waktu semisal suara jangkrik di malam hari, dan bisa juga untuk memberikan kesan situasi didalam suatu video atau film.

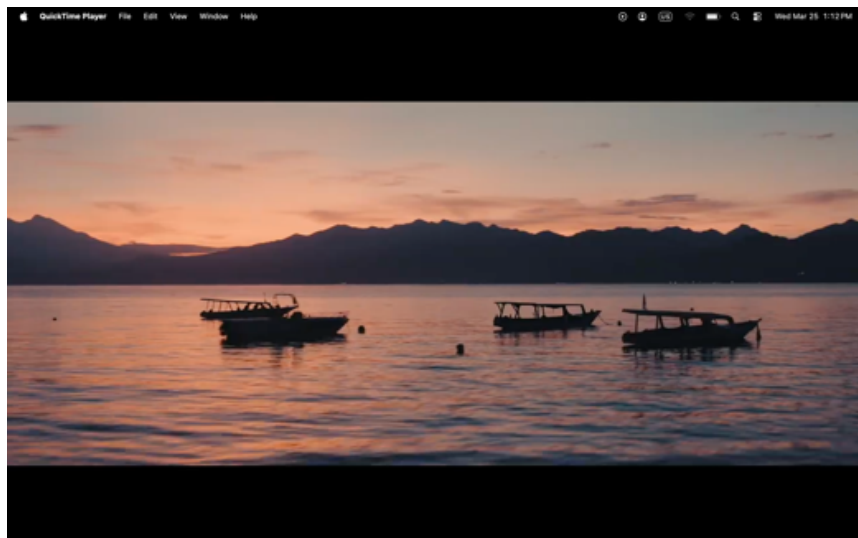
Chion juga berpendapat bahwa suara didalam video memiliki peran yang aktif untuk memperkuat dan membingkai visual, sehingga pesan audiovisual dapat diterima secara efektif oleh penonton. Dalam hal ini Sam Kolder juga memasukan efek suara dengan sangat baik, dan Sam Kolder juga terkenal akan video-videonya yang ditambahkan efek suara dari suasana tertentu.

Seperti di contoh gambar 4.8 dibawah ini pada di pembukaan video Sam Kolder menampilkan gambar sedang berada di sebuah kota, pada bagian ini juga Sam Kolder menambah efek suara berupa suasana perkotaan seperti suara kendaraan bermotor atau klakson mobil.



**Gambar 4. 8** Pembukaan dari video “Exploring Indonesia” yang diisi dengan suara suasana perkotaan.

Lalu Sam Kolder juga menambahkan efek suara deburan ombak laut di awal video saat di Gili Trawangan, efek suara ini menambah kesan secara tidak langsung dan menandakan bahwa saat ini Sam Kolder sedang berada di pantai.

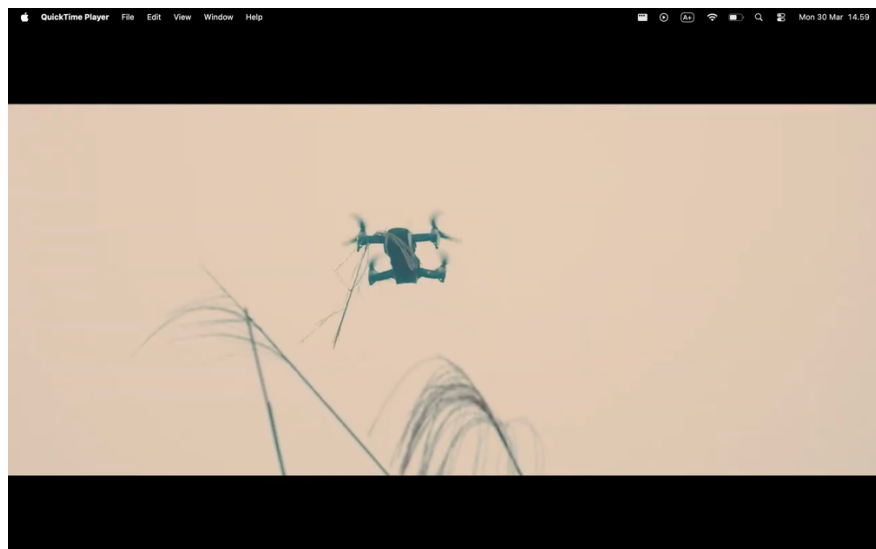


**Gambar 4. 9** Awal dari video Gili Trawangan dengan efek suara deburan ombak.

### c. Keheningan

Zettl berpendapat bahwa keheningan merupakan pengurangan unsur auditori secara sengaja, yang berfungsi untuk memberi jeda auditori dan membuat penonton lebih berfokus pada visual. Dalam video “Exploring Indonesia” Sam Kolder terlihat menggunakan dua kali keheningan didalam videonya.

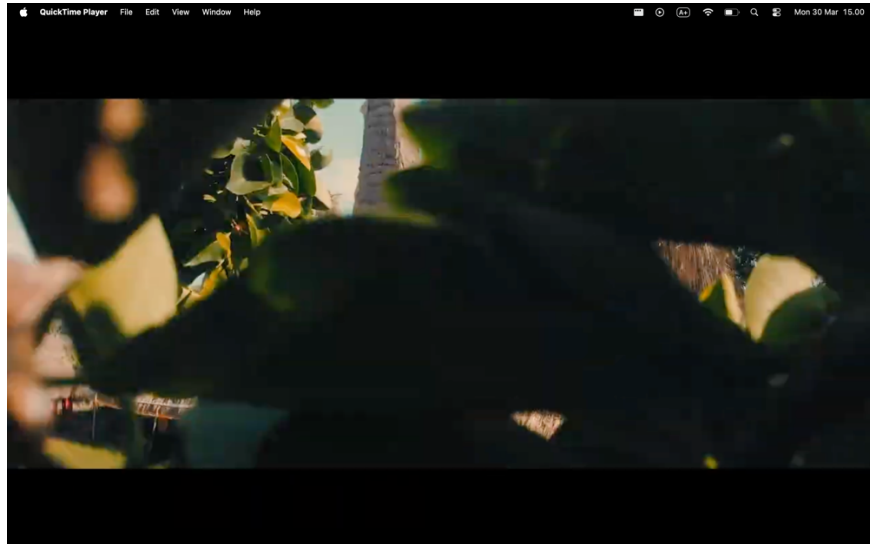
Pertama, adalah disaat *drone* yang digunakan oleh Sam Kolder tersangkut dengan rumput liar saat melakukan perjalanan menuju ke Gunung Rinjani. Pada saat itu Sam Kolder mematikan musik saat proses pasca produksi dan membiarkan suaranya natural sebagaimana yang ditangkap oleh kamera.



**Gambar 4. 10** Penggunaan keheningan yang pertama, disaat drone Sam Kolder tersangkut rumput liar.

Lalu bagian kedua dari keheningan didalam video “Exploring Indonesia” *drone* Sam Kolder juga tersangkut lagi disaat sedang mengambil gambar rumah adat Sumba. Kali ini drone tersangkut

didalam pohon dan pada proses pasca produksi Sam Kolder mematikan musik dan berfokus pada suara naturan dari kamera.



**Gambar 4. 11** Penggunaan keheingan yang kedua saat drone Sam Kolder tersangkut di pohon.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Setelah melakukan analisis isi dari video promosi pariwisata dengan judul “Exploring Indoneisa” karya Sam Kolder di YouTube, peneliti mendapati bahwa penggunaan unsur visual dan auditori Herbert Zettl telah tertuang dan diterapkan sesuai dengan fungsi teknisnya sebagaimana yang dicari dalam rumusan masalah penelitian. Setelah melakukan analisis maka peneliti mendapatkan kesimpulan berupa:

1. Unsur visual menurut Zettl terdiri dari 3 indikator, yaitu jenis *shot*, *angle*, dan *camera movement*. Setelah melakukan analisis terhadap video promosi pariwisata berjudul “Exploring Indonesia”, peneliti mendapatkan bahwa Sam Kolder telah menuangkan semua indikator dan sesuai dengan fungsinya sebagaimana yang dikemukakan oleh Zettl.
2. Menurut Zettl unsur auditori terbagi menjadi 3 indikator, yaitu musik, efek suara, dan keheningan. Ketiga indikator ini telah dijelaskan fungsi teknisnya di pembahasan, dan Sam Kolder telah menuangkan ketiga indikator tersebut sesuai dengan fungsinya masing-masing.

Dengan diterapkannya unsur visual dan auditori Zettl, maka akan memepromudah videografer dalam membangun pesan komunikasi, terkhususnya komunikasi promosi pariwisata yang membutuhkan sebuah

konsep untuk dapat memikat turis mancanegara terhadap pariwisata di Indonesia.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan analisis isi dari video promosi pariwisata “Exploring Indonesia” karya Sam Kolder, peneliti mendapati bahwa penggunaan unsur visual dan auditori Zettl dalam membuat sebuah produk audiovisual memberikan kemudahan dalam membangun pesan yang ingin disampaikan. Fungsi teknis dari setiap unsur memiliki ciri khas nya masing-masing dan dapat divariasikan sesuai keinginan pembuat video. Saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Setelah melakukan penelitian ini adalah agar videografer terkhususnya konten kreator lokal agar lebih memperhatikan unsur visual dan auditori sesuai dengan fungsinya masing-masing dalam membangun pesan yang ingin disampaikan melalui produk audiovisual.
2. Secara akademik, peneliti menyarankan untuk lebih memperbanyak lagi penelitian tentang analisis teknis dari produk audiovisual. Dengan bertambahnya penelitian yang membahas hal tersebut diharapkan dapat mempermudah pekerja kreatif dalam membuat produk audiovisual yang memiliki kualitas lebih baik kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambar. (2017). Teori Komunikasi Massa McQuail-Konsep-Karakteristik. *Pakarkomunikasi.Com*. <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-massa-mcquail>
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Chion, M., Gorbman, C., & Murch, W. (1994). *Audio-vision: Sound on Screen*. Columbia University Press. <https://books.google.co.id/books?id=BBs4Arfm98oC>
- David. (2025). Mengenal Travel Vlogger dengan Gaya Dokumenter, Mengungkap Keindahan Dunia dengan Narasi yang Mendalam. *Perjalanan.Id*. <https://perjalanan.id/travel-teknologi/mengenal-travel-vlogger-dengan-gaya-dokumenter-mengungkap-keindahan-dunia-dengan-narasi-yang-mendalam/>
- Dunham, B. (2025, January 14). The Dolly Shot: How To Create Powerful Shots With Simple Movement. *Studiobinder.Com*. <https://www.studiobinder.com/blog/dolly-shot-camera-movements/>
- Fadila, R. N., Suryati, & Manalullaili. (2023). Analisis Komunikasi Video Tutorial Make Up Beauty Vlogger Indira Kalistha. *Al-Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 7(2), 380–398.
- Herwina, N. C., Daniar, A., & Wardani, N. K. (2024). *Analisis Sinematografi Menggunakan Teknik Camera Angle Dan Type Of Shot Pada Sosial Media*

- Mempengaruhi Minat Penonton Terhadap Ekowisata Silowo. 10(11), 531–543. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.12791290>*
- Kriyatono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Kencana.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (21st ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Nuruddin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa* (1st ed.). Raja Grafindo.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.13-27>*
- Permatasyari, A. (2021). PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MASSA. *Jurnal Prosiding, (1), 18–31.*
- Putri, S. E. (2014). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE BENGKULU. *Management Insight, 9(1), 45–54.*
- Rohani, E. D., Ayu, J. P., Putra, P. T., Octaviani, L. K., Rakhman, C. U., Syahadat, R. M., Adriani, H., Oktawirani, P., & Rawali, S. (2025). *GEOGRAFI PARIWISATA NASIONAL*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=r51IEQAAQBAJ>
- Rudianto, & Hidayat, F. P. (2023). *PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI* (1st ed., p. 182). UMSU Press.

- Saputra, E. P., & Manesah, D. (2025). Analisis Teknik Camera Movement pada Film The Big 4 Karya Timo Tjahjanto. *Imajinasi: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 2(1), 39–47. <https://doi.org/10.62383/imajinasi.v2i1.539>
- Syarifuddin, & Utari, E. D. (2022). *Media Pembelajaran (Dari konvensional hingga masa digital)*. Bening Media Publishing.
- Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Astuti, R. (2024). Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital Tourism di Kabupaten Tapanuli Tengah. *PERSPEKTIF*, 13(3), 700–707. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i3.11656>
- Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN PRODUK INOVASI JERUK SIAM*. 5(6), 3091–3103.
- Thalib, R. (2021, January 18). *Sam Kolder Menginspirasi Anak Muda Indonesia untuk Menjadi Vidiographer*. KOMPASIANA. <https://www.kompasiana.com/rifkithalib0395/60048fbd8ede4820fb1487e2/sam-kolder-menginspirasi-anak-muda-indonesia-untuk-menjadi-vidiographer>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce Marketing of MSME products through social media and e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259–279.

Zettl, H. (1973). *Sight, Sound, Motion; Applied Media Aesthetics*. Wadsworth Publishing Company.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

https://fslp.umsu.ac.id fslp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
 JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA  
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu  
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
 FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 11 Desember 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Muhammad Ramzi Alqisthy  
 N P M : 2203110016  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Tabungan sks : 121 sks, IP Kumulatif 31.72

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis isi Video Promosi Pariwisata Indonesia dengan judul "Exploring Indonesia" karya Sam Kolder	✓ 11 Des 2025
2	Penerapan public speaking presenter dalam mewujudkan suasana menyenangkan pada program "titik kumpul" TURU Sumut	
3	Analisis podcast Rintik Sendu sebagai media baru edukasi kesehatan mental gen Z di akun Spotify	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk  
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 11 Desember 2025

Ketua,

Dr. Alchyas Anshori, S. Sos., M. J. Kom  
 NIDN: 12 70 48 401

084.22.311

Pemohon,

(.....)  
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
 Program Studi: Ilmu Komunikasi  
 (Corry Novica Ap. Siman)  
 NIDN: 013011403



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) 📍 [umsumedan](#) @ [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING**  
**TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**  
**Nomor : 2188/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2025**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **11 Desember 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUHAMMAD RAMZI ALQISTHY**  
N P M : **2203110016**  
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**  
Semester : **VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026**  
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **ANALISIS ISI VIDEO PROMOSI PARIWISATA INDONESIA DENGAN JUDUL "EXPLORING INDONESIA" KARYA SAM KOLDER**

Pembimbing : **CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 084.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 11 Juni 2026.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 23 Djumadil Akhir 1447 H  
13 Desember 2025 M

  
**Assoc. Prof. Dr. JAFRI SALEH., MSP.**  
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pentinggal.





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Dila menjab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp: (061) 6622400 - 66224567 Fax: (061) 6625474 - 6631003

https://islip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan @umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN**  
**SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Medan, 17 Januari ..... 20.26

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Muhammad Ramzi Alaisyhy  
N P M : 2203110016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 1964.../SK/II.3-AU/UMSU-03/F/20.24. tanggal 6 November 2024 dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS ISI VIDEO PROMOSI PARIWISATA INDONESIA DENGAN  
JUDUL "EXPLORING INDONESIA" KARYA SAM KOLDER

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua

Program Studi

DR. Alchyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

NIDN: 127048401

Menyetujui

Pembimbing

Prof. Dr. H. A. P. S. S. P. S. S.

NIDN: 01351703

Pemohon,

Muhammad Ramzi Alaisyhy





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 167/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 22 Januari 2026  
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2  
Pemimpin Seminar : **Dr. AKHYAR ANSHORI., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
31	ZAHWA SALSA NABILA	2203110182	Dr. ZULFAHMI., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN., MSP.	KOMUNIKASI CSR KPW BANK INDONESIA PROVINSI SUMUT DALAM PENGEMBANGAN SOFT SKILL KOMUNITAS GENBI SUMUT
32	MUHAMMAD RAMZI ALQISTHY	2203110016	Dr. AKHYAR ANSHORI., S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS ISI VIDEO PROMOSI PARIWISATA INDONESIA DENGAN JUDUL 'EXPLORING INDONESIA' KARYA SAM KOLDER
33	IRA SUANDI	2203110410	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT MELALUI PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI BENCANA BPBD DALAM PENANGANAN BANJIR DI LANGKAT
34	NURUL WULAN AZHARI	2203110163	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	STRATEGI KOMUNIKASI DISBUDPAREKRAF PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA MELALUI PROGRAM SUMUT VIBES
35	RIZKI BAIHAQI	2203110037	Dr. AKHYAR ANSHORI., S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP REPRESENTASI KETAKUTAN DAN DOSA FILM SIKSA KUBUR JOKO ANWAR





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

https://fisp.umsu.ac.id fisp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA**

Nama lengkap : Muhammad Ramzi Alqisthy...  
N P M : 2203110016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Analisis isi Video Promosi Pariwisata Indonesia...dengan...Judul. "Exploring Indonesia" karya Sam Kolder

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	11/12/25	Bimbingan setelah Acc judul	
2	15/12/25	Bimbingan dan penyerahan sk-2	
3	6/1/26	Bimbingan dan revisi proposal	
4	15/1/26	Bimbingan dan revisi proposal	
5	17/1/26	Bimbingan dan Acc proposal	
6	19/1/26	Bimbingan sebelum seminar proposal	
7	23/2/26	Bimbingan hasil dan pembahasan	
8	13/3/26	Bimbingan hasil dan pembahasan	
9	31/3/26	Bimbingan hasil dan pembahasan	
10	2/4/26	Acc skripsi	

Medan, 2 April 2026

Dekan,  
  
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

NIDN: 127048401

Pembimbing,

NIDN: 0130117403





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR**

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 789/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Jum'at, 10 April 2026  
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2  
 Pembukaan : 08.00 WIB

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	PUTRI FAHIRA AINANI	2203110212	1	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A. Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENYALURAN KREDIT UMKM PADA BANK BRI KANWIL MEDAN
7	NAJWA SALSABILA	2203110035	1	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI RELATIONSHIP MARKETING DONAT KENTANG MASTER DALAM MEMBANGUN INTERAKSI KONSUMEN DI MEDIA DIGITAL
8	WIDIA NINGSIH	2203110158	1	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI DESAIN INTERIOR ESTETIK UNTUK MENINGKATKAN CITRA MEREK ANGRINGAN SIMPUL KOTA MEDAN
9	MUHAMMAD RANZI	2203110016	1	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS ISI VIDEO PROMOSI PARWISATA INDONESIA DENGAN JUDUL "EXPLORING INDONESIA" KARYA SAM KOLDER
10	ANANDA RAHMADHANI	2203110124	1	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF THE SIGNATURE EVENT PLANER DALAM MENUMBUHKAN KEPERCAYAAN CALON KONSUMEN DI KOTA MEDAN

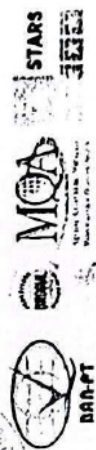
Notulis Sidang :

1.

MADITIA Ditetapkan oleh :  
 Ketua  
 Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.

Medan, 20 Syawal 1447 H  
 08 Maret 2026 M

Sekretaris  
 Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### **Data Pribadi:**

**Nama** : Muhammad Ramzi Alqisthy  
**Tempat/tanggal lahir** : Surabaya, 5 April 2003  
**Alamat** : Jl Complek Rispa III No. 4, Medan Johor, Kota Medan.  
**Agama** : Islam  
**Jenis kelamin** : Perempuan  
**Kewarganegaraan** : Indonesia  
**Email** : ramzialqisthy@gmail.com  
**No Telp** : 0822-8479-5656

### **Pendidikan Formal:**

SD Muhammadiyah 1 Sidoarjo	2009-2015
SMP Muhammadiyah 1 Sidoarjo	2015-2017
SMP Fatih Bilingual School Banda Aceh	2017
SMP Al-Fityan Banda Aceh	2017-2018
SMA Ponpes eLKISI IIBS	2018-2021