

**ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVEST  
IN TOURISM ACEH TENGAH SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PARIWISATA**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**AIDIL FITRAZA**

**1903110246**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Penyiaran**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

**MEDAN**

**2024**

## PENGESAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Aidil Fitraza  
NPM : 1903110246  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada Hari, tanggal : Jum'at, 29 Desember 2023  
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos., MAP

PENGUJI II : Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, S.S., M.SP


### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

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



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

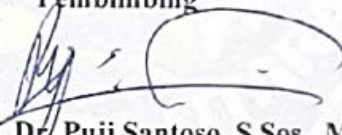
*Bismillahirrahmanirrahim*

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


Nama : Aidil Fitraza  
NPM : 1903110246  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Teknik Pengambilan Video Invest in Tourism  
Aceh Tengah Sebagai Media Promosi Pariwisata

Medan, 17 Januari 2024

**Pembimbing**

  
Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, S.Sos., M.SP  
NIDN: 0121046801

Disetujui Oleh  
**Ketua Program Studi**

  
Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN: 0127048401



Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP  
NIDN: 0030017402

## PERNYATAAN

### *Bismillahirrahmanirrahim*

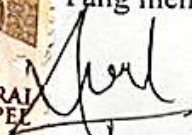
Dengan ini saya, **Aidil Fitraza**, NPM 1903110246 menyatakan dengan sungguh-sungguh:


1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi 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 skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan 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. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 17 Januari 2024

Yang menyatakan  
  
**Aidil Fitraza**



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alaminn, puji syukur senantiasa penulis sampaikan kehadiran Allah SWT, yang maha kuasa dan dengan rahmat karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga selesai. Shalawat dan Salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang sangat berguna di kehidupan dunia maupun di akhirat.

Skripsi merupakan salah satu tugas akhir sebagai syarat wajib bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan sarjana dan mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berjudul **“ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVEST IN TOURISM ACEH TENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA”**.

Penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, namun berkat bimbingan, bantuan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah serta rahmat dari Allah SWT kepada penulis sehingga segala kendala yang hadir dapat dihadapi dan diatasi oleh penulis. Selain itu banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini memberikan bimbingan, arahan, bantuan, doa, usaha dalam

menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Zakaria dan Ibunda Hemamalini selaku orang tua yang telah memberikan dukungan, nasihat, didikan dan doa.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Rudianto, M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

9. Bapak Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, M.SP selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memberi arahan, nasihat, dan memotivasi selama penyusunan skripsi ini.
10. Bapak, Ibu Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Kepada abang-abang tersayang Akbar Prasaja Satyawan dan Reza Fahlevi Z yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan saran serta keluarga besar yang telah mencurahkan kasih sayang serta doa tulus ikhlas dan semangat kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
13. Kepada Yunita Sari yang telah menemani penulis, memberikan semangat, doa, dukungan penuh, mendengar keluhan penulis, mengeluarkan tenaga dan pikiran untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
14. Kepada Andra Aditya selaku sahabat baik penulis yang selalu bersama dan membantu penulis menghadapi kendala saat penelitian dan memberi semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman seperjuangan angkatan 2019 Program Studi Pendidikan Ilmu Komunikasi yang telah berkerja sama dalam menempuh dunia pendidikan dan berbagai suka duka.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah dan berlipat ganda untuk semuanya. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mengambil peran dalam penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir. Tidak ada

yang sempurna di dunia ini termasuk skripsi yang telah ditulis oleh penulis ini, oleh karena itu penulis membutuhkan masukan berupa kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat bermanfaat dimasa yang akan datang bagi para pembaca.

Medan, 17 Januari 2024

Penulis

Aidil Fitraza



# **ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVEST IN TOURISM ACEH TENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA**

Oleh:

**AIDIL FITRAZA**

**NPM: 1903110246**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik-teknik yang digunakan dalam pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah yang digunakan sebagai media promosi pariwisata. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menganalisis langsung video dan menyajikan data berupa uraian kata-kata dan gambar. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai dengan bulan September 2023. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis teknik-teknik pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah pada setiap *scene-scene* yang terdapat pada video. Hasil penelitian masalah tentang analisis teknik-teknik yang digunakan pada pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah menunjukkan bahwa terdapat beberapa teknik pengambilan video diantaranya 5 jenis shot (*Extreme long shot (XLS)*, *Long shot (LS)*, *Medium shot (MS)*, *Close up (CU)*, dan *Over shoulder (OS)*). Terdapat 4 jenis teknik pengambilan angle (*Bird eye view*, *High angle*, *Eye level angle*, dan *Low angle*). Dan 5 jenis pergerakan kamera (*Panning shot*, *Tilt shot*, *Dolly shot*, *Tracking shot* dan *Zoom shot*).

Kata kunci: Media, Analisis Teknik pengambilan video, Pariwisata, Promosi.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORITIS.....	8
2.1 Ilmu Komunikasi.....	8
2.1.1 Pengertian komunikasi.....	8
2.1.2 Komunikasi audio visual .....	9
2.1.3 Unsur-unsur komunikasi.....	10
2.2 Media.....	11
2.3 Media Sosial .....	12
2.3.1 Pengertian media sosial .....	12
2.3.2 Fungsi media sosial.....	12
2.4 Video .....	13
2.4.1 Pengertian video .....	13
2.4.2 Keunggulan media video .....	14
2.5 Teknik Pengambilan Video .....	14
2.5.1 Teknik pengambilan adegan .....	14
2.5.2 Jenis- jenis shot.....	15
2.5.3 Teknik pengambilan angle.....	16

2.5.4	Gerakan kamera .....	17
2.5.5	Jenis kamera video.....	18
2.6	Video Invest in Tourismn Aceh Tengah .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	20
3.2	Kerangka Konsep .....	21
3.3	Definisi Konsep.....	21
3.4	Kategorisasi Penelitian .....	21
3.5	Narasumber Penelitian .....	22
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.7	Teknik Analisis Data .....	24
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>26</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	26
4.2	Pembahasan .....	44
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>55</b>
5.1	Simpulan.....	55
5.2	Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>57</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3. 1</b> Kerangka konsep .....	21
<b>Gambar 4. 1</b> Opening Video Invest in Tourism Aceh Tengah.....	27
<b>Gambar 4. 2</b> Opening Video Invest in Tourism Aceh Tengah.....	27
<b>Gambar 4. 3</b> Lut Tawar Lake.....	28
<b>Gambar 4. 4</b> Puncak Pantan Terong .....	29
<b>Gambar 4. 5</b> Fenomena Sunrise dan Sunset yang dapat dilihat dari Puncak Pantan Terong .....	30
<b>Gambar 4. 6</b> Jalan menuju Bur Telege .....	31
<b>Gambar 4. 7</b> Hutan Pinus dan Jalan Bur Telege.....	31
<b>Gambar 4. 8</b> Suasana Mepar camping ground.....	32
<b>Gambar 4. 9</b> Ekspresi seseorang yang sedang menikmati suasana camping dan danau lut tawar .....	33
<b>Gambar 4. 10</b> Wahana arung jeram lukup badak .....	34
<b>Gambar 4. 11</b> Suasana lukup badak .....	34
<b>Gambar 4. 12</b> Didong .....	35
<b>Gambar 4. 13</b> Didong .....	36
<b>Gambar 4. 14</b> Didong .....	36
<b>Gambar 4. 15</b> Tari guel (Guel dance).....	37
<b>Gambar 4. 16</b> Tari guel (Guel dance).....	38
<b>Gambar 4. 17</b> Seseorang yang sedang memetik kopi.....	38
<b>Gambar 4. 18</b> Kopi gayo .....	39
<b>Gambar 4. 19</b> Masam jing .....	40
<b>Gambar 4. 20</b> Masakan tradisional gayo .....	40
<b>Gambar 4. 21</b> Memasak masam jing .....	41
<b>Gambar 4. 22</b> Pacuan kuda tradisional Aceh Tengah.....	42
<b>Gambar 4. 23</b> Suasana Pacuan kuda di Aceh Tengah .....	42
<b>Gambar 4. 24</b> Kuda yang sedang berpacu .....	43
<b>Gambar 4. 25</b> Extreme long shot (XLS).....	45
<b>Gambar 4. 26</b> Long shot (LS) atau Full shot .....	46
<b>Gambar 4. 27</b> Medium shot (MS).....	46
<b>Gambar 4. 28</b> Close up (CU) .....	46
<b>Gambar 4. 29</b> Over shoulder (OS).....	47
<b>Gambar 4. 30</b> Bird eye view .....	48
<b>Gambar 4. 31</b> High angle.....	48
<b>Gambar 4. 32</b> Eye level angle.....	49
<b>Gambar 4. 33</b> Low angle .....	49

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1</b> Kategorisasi Penelitian .....	22
<b>Tabel 4. 1</b> Penjelasan cuplikan layar dari video Invest in Tourism Aceh Tengah	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pengembangan pariwisata di Negara Indonesia sejalan dengan program pemerintah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Industri pariwisata adalah salah satu industri yang memiliki hubungan timbal balik dengan sektor lain, termasuk kontak dengan wisatawan, pemasok bisnis, pemerintah dan tujuan wisata serta masyarakat di tempat wisata (Anggraini, 2021). Pariwisata juga dikatakan sebagai salah satu kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan, liburan, rekreasi, bisnis, penginapan, alam, dan kunjungan sekelompok orang pada tempat tertentu yang disebut tempat wisata. Berdasarkan penelitian Feli Rabilla Putri et al (2022) menyebutkan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling unggul daripada sektor lain yang ada di negara Indonesia, dikarenakan sektor pariwisata sebagai penyumbang pendapatan terbesar. Hal tersebut merupakan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2019-2021. Karena terbatasnya ruang bagi para wisatawan untuk mengunjungi lokasi wisata pilihan mereka selama pandemi covid-19, industri pariwisata mengalami kerusakan ekonomi terbesar (Khairani et al., 2021).

Menurut Wahyudi et al (2022) meningkatkan investasi dan destinasi terkait wisata, serta menjadikan pariwisata sebagai faktor penting dalam meningkatkan pendapatan lokal sehingga dapat terciptanya lapangan kerja dan meningkatkan infrastruktur. Berkembangnya sektor pariwisata disuatu negara, maka akan menarik

sektor lain untuk ikut berkembang dikarenakan produk-produk seperti sektor pertanian, peternakan, kerajinan rakyat, perkebunan dan kesempatan kerja diperlukan untuk menunjang industri pariwisata (Sinuhaji et al., 2019). Oleh karena itu, perlu dilakukan promosi karena melalui proses promosi dapat meningkatkan daya tarik serta minat untuk berkunjung bagi para wisatawan yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi barang atau jasa yang akan dipromosikan, termasuk produk pariwisata (Trihayuningtyas et al., 2019).

Media sosial digunakan untuk menyampaikan informasi untuk mengembangkan sektor pariwisata, media sosial digunakan sebagai ajang promosi pariwisata yang dapat memberikan informasi secara luas tentang pariwisata dan menyampaikan berbagai informasi tersebut kepada wisatawan serta pengguna media sosial lainnya. Promosi melalui media sosial merupakan pemasaran produk/jasa yang dapat memperluas pasar ataupun pelanggan (Sofia et al., 2020). Berdasarkan hasil penelitian Andhika (2019) yang berjudul Penggunaan video promosi wisata melalui YouTube untuk meningkatkan daya tarik wisatawan ke provinsi Kalimantan Selatan, menyebutkan hasil penelitiannya bahwa penggunaan media sosial YouTube dianggap sebagai sarana yang lebih efektif untuk menyebarkan informasi dan memiliki audiens yang lebih luas, penggunaan YouTube sebagai alat promosi dianggap lebih efektif daripada menggunakan bentuk media lain seperti brosur dan pamflet.

Menurut Kadarisman (2019) masyarakat Indonesia sering memanfaatkan media sosial dalam berbagai konteks dan berbagai tujuan, seperti YouTube,

Facebook, Whatsapp, Blog, Twitter, Instagram dan lainnya. Media sosial sudah sangat banyak digunakan oleh berbagai pihak tanpa melihat usia, seiring perkembangan zaman media sosial merupakan salah satu media yang memberikan informasi yang kita butuhkan seperti informasi destinasi wisata yang unggul serta memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para wisatawan seperti penginapan, objek wisata dan lainnya. Berdasarkan hasil penelitian Lucia et al (2021) dengan judul penelitian Potensi media sosial sebagai sarana media promosi pariwisata berbasis partisipasi masyarakat desa Batu Winangun yang bertujuan untuk dapat menyadarkan masyarakat desa Batu Winangun bahwa media sosial sangat berguna dalam mempromosikan potensi desa. Pada penelitian tersebut peneliti menyebutkan simpulan dari penelitiannya, bahwa media promosi merupakan strategis marketing yang sangat efektif dan efisien dalam mempromosikan wisata.

Menurut Durachman et al (2021) seiring perkembangan teknologi digital menyebabkan sebagian besar milenial sangat bergantung dan candu terhadap hal yang berhubungan dengan sosial media. Santoso (2016) menyebutkan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respons-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Kebutuhan media sosial akan memberikan manfaat untuk berbagai pihak, para wisatawan akan mendapatkan informasi tentang segala hal dan bagi perusahaan pariwisata dapat menggunakan media sosial sebagai media promosi pariwisata sehingga dapat menyampaikan informasi secara luas kepada para pengguna media sosial. Namun, kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial juga harus menampilkan sesuatu yang



menarik agar promosi mencapai target yang lebih jelas. Menurut Basril & Kamal (2022) pada penelitiannya yang berjudul Video sebagai media promosi Tahaha di Sumatera Barat, peneliti memberi simpulan bahwa untuk mencapai target audience, para fotografer dan videografer di Sumatera Barat menjadikan video sebagai media utama promosi untuk memberi informasi kepada para target tentang keunggulan yang ada di Tahaha mampu menjadi brand yang terkenal dibidangnya.

Menurut Noor (2018) media video atau audio visual adalah salah satu media yang melibatkan indera pendengaran sekaligus penglihatan dalam suatu proses penyampaian pesan, jenis-jenis media audio-visual adalah video, televisi, komputer/laptop dll. Pengambilan video tentunya memiliki beberapa teknik, agar video yang dihasilkan memiliki tujuan yang jelas serta video yang ditayangkan benar-benar memiliki kualitas sesuai tujuan penayangan video. Berdasarkan penelitian Fernandes (2021) yang berjudul Teknik pengambilan video *cinematography wedding* berkualitas di RG Motret Payakumbuh, pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik pengambilan video *cinematography wedding* berkualitas di RG Motret Payakumbuh. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa teknik pembuatan video *cinematography wedding* berkualitas di RG Motret Payakumbuh melewati lima tahapan dalam melakukan perannya, yaitu *continuity*, *angle shot*, *type shot*, *coposition*, dan *cuting*.

Aceh Tengah merupakan salah satu kabupaten di Aceh, Indonesia, daerah yang memiliki banyak destinasi wisata yang kaya dan beragam. Namun, agar pariwisata di Aceh Tengah dapat berkembang dengan pesat untuk mendukung perkembangan sektor ekonomi daerah Aceh Tengah, perlu adanya proses promosi

untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke tempat wisata. Salah satu contoh video promosi pariwisata aceh tengah adalah video yang ditayangkan di YouTube channel Disbudpar Aceh yang berjudul Invest In Tourism Aceh Tengah.

Pengambilan video yang baik dapat memperlihatkan pesona alam, kekayaan budaya, serta fasilitas dan layanan pariwisata yang tersedia di Aceh Tengah. Berdasarkan penjabaran di atas, maka penulis akan melakukan penelitian skripsi yang berjudul **“Analisis Teknik Pengambilan Video Invest in Tourism Aceh Tengah Sebagai Media Promosi Pariwisata”**. Dengan melakukan analisis terhadap teknik-teknik pengambilan video promosi pariwisata Aceh Tengah, diharapkan penelitian ini dapat mengetahui teknik pengambilan video yang digunakan sehingga dapat menjadi panduan bagi pariwisata yang membuat video yang berkualitas untuk promosi pariwisata agar dapat memikat para wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata yang ada di Aceh Tengah.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi agar dapat mencegah keluasan topik sehingga penelitian terarah dan fokus pada masalah yang akan diuraikan. Penelitian ini dibatasi hanya pada ruang lingkup analisis teknik pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah Sebagai Media Promosi Pariwisata yang berdurasi 4:14 detik pada channel YouTube Disbudpar Aceh.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana teknik pengambilan video dalam setiap

*scene-scene* pada video Invest in Tourism Aceh Tengah sebagai media promosi pariwisata?”.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik-teknik yang digunakan dalam pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah yang digunakan sebagai media promosi pariwisata.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang bersifat teoritis sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang membahas topik yang serupa.
2. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan memberi informasi dan masukan untuk memahami hal yang berkaitan pada penelitian ini dan penelitian lainnya.
3. Secara Akademis, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi penelitian selanjutnya sebagai sumber informasi dan bahan referensi penelitian di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini berisikan pendahuluan yang menguraikan beberapa hal seperti: Latar Belakang, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II URAIAN TEORITIS**

Pada bagian ini berisikan uraian-uraian teoritis tentang masalah yang akan diteliti yaitu tentang analisis teknik pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah sebagai media promosi pariwisata.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini berisikan tentang metode penelitian yaitu Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis data serta Waktu dan Tempat Penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bagian ini berisikan uraian tentang hasil dari penelitian serta pembahasan penelitian yang telah dilakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian ini berisikan simpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Ilmu Komunikasi**

##### 2.1.1 Pengertian komunikasi

Komunikasi dalam bahasa Inggris sebagai kata kerja "*communicate*" mengacu pada tindakan bertukar ide, informasi, dan sentimen dengan orang lain sementara juga menunjukkan hubungan simpatik. Sedangkan "komunikasi" sebagai kata benda mengacu pada proses dimana pesan ditransfer atau diteruskan (melalui saluran) dari sumber ke penerima dengan tujuan mengubah perilaku, perubahan pengetahuan, sikap, dan atau perilaku terbuka lainnya. Ini juga mengacu pada pertukaran simbol, pesan yang sama, dan informasi serta proses pertukaran antar individu melalui simbol yang sama (Hasmawati, 2018). Jika komunikator menentukan gagasan atau pesan, kemudian diarahkan kepada khalayak (audiens) pilihannya melalui saluran atau keluar hasil yang diinginkan (Santoso, 2016).

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sejauh ini adalah hal yang paling penting, manusia tidak dapat menemukan dan memperoleh apa yang diinginkannya tanpa komunikasi. Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal (Thariq & Anshori, 2017). Selain itu komunikasi dapat berlangsung kapan saja, dari mana saja, melalui media apa saja, dan dapat dilakukan dengan cara yang sederhana maupun rumit, selain kata-kata yang diucapkan, komunikasi dapat berbentuk interaksi, senyuman, anggukan tulus, gerak tubuh, ekspresi minat, sikap, dan perasaan bersama (S. R. Harahap, 2021).

Menurut Pohan & Fitria (2021) komunikasi adalah suatu tindakan atau proses penyampaian informasi, berkomunikasi melibatkan transfer pengetahuan, konsep, perasaan, dan hal-hal lain, menggunakan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka, dan lain-lain. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, penulis menarik simpulan bahwa komunikasi adalah kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan cara yang bervariasi dan dinamis yang akan menghasilkan umpan balik. Umpan balik adalah penyampaian kembali tanggapan penerima kepada pengirim. Komunikasi tidak dapat dihindari dari perkembangan perekonomian global (Anshori, 2021). Hampir di setiap aspek kehidupan kita, komunikasi sangat diperlukan dan kita perlu berkomunikasi dengan semua orang, termasuk Tuhan, untuk menjalin hubungan. Oleh karena itu komunikasi ini sangat luas cakupannya dan berlaku untuk banyak disiplin ilmu yang berbeda.

#### 2.1.2 Komunikasi audio visual

Komunikasi audio visual adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan cara memvisualisasikan sekaligus memperdengarkan isi pesan atau informasi kepada penerima dengan melalui media yang menunjangnya. Audiovisual yang ditampilkan untuk publik haruslah memiliki daya tarik universal dan meluas, audio visual digunakan dalam berbagai konteks termasuk media hiburan, pemasaran, promosi, kesehatan dan banyak lainnya (Ifroh et al., 2019).

### 2.1.3 Unsur-unsur komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat sembilan unsur azasi dari komunikasi (Hariyanto, 2021). Masing-masing unsur sangat berkaitan satu sama lainnya, unsur-unsur tersebut diantaranya:

1. Sender: komunikator yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada komunikan (seseorang atau sejumlah orang).
2. Encoding: Penyandian, yaitu proses pengalihan pikiran, ide dan gagasan seseorang ke dalam bentuk lambang yang mengandung arti yang dapat dimengerti oleh orang lain.
3. Message (pesan): Serangkaian lambang-lambang yang disusun dan dipilih secara sengaja oleh komunikator atau sumber dan mempunyai makna bagi pelaku komunikasi.
4. Media: Saluran komunikasi atau tempat berlalunya pesan dari sumber atau komunikator kepada komunikan atau penerima.
5. Decoding: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna atau menginterpretasikan lambang-lambang yang dipilih dalam bentuk pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada dirinya (komunikan).
6. Receiver: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Efek: Seperangkat reaksi dari komunikan ketika dia menerima pesan komunikasi dari komunikator.

8. Feedback: Umpan balik atau tanggapan komunikan ketika dia mendapatkan pesan komunikasi dari komunikator yang dikirim kembali kepada komunikator.
9. Noise: Gangguan dari proses komunikasi yang tidak direncanakan yang mengganggu pesan sehingga membuat perbedaan makna pesan dari komunikator.

## 2.2 Media

Media adalah sarana untuk berbagai elemen komunikasi grafis, seperti teks atau gambar foto, sebagai alat penyebarluasan pesan atau informasi kepada masyarakat umum atau publik (Yuliadi et al., 2020). Terdapat 5 macam media yang dikelompokkan, diantaranya:

1. Media cetak/visual (*printed material*), contohnya: poster (dalam dan luar), stiker, tas belanja, sampul buku, pembungkus, selipat (folder), selebaran (leaflet), amplop dan kop surat, katalog, iklan majalah dan surat kabar.
2. Media luar ruangan (*outdoor*), contohnya: spanduk (banner), papan nama, umbul-umbul, neon-box, neon-sign, billboard, baliho, mobile box.
3. Media elektronik (*electronic*), contohnya: radio, televisi, internet, film, program video, animasi komputer.
4. Tempat pajang (*display*), contohnya: etalase (window display), desain gantung, point of purchase, floor stand.
5. Barang-barang kenangan (*special offer*), contohnya: topi, payung, sajadah, gelas, kaos, aneka souvenir, tas dan sebagainya.



## 2.3 Media Sosial

### 2.3.1 Pengertian media sosial

Media sosial merupakan suatu hal yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, memungkinkan orang untuk terlibat, berbagi, dan membuat informasi dengan mudah. Rafiq (2020) menyebutkan jenis media sosial yang paling banyak digunakan adalah blog, jejaring sosial, dan wiki.

Media sosial merupakan sebuah sarana untuk dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi, bekerja sama, dan berbagi melalui media sosial yang merupakan fasilitas media online berbasis teknologi internet (Maksudi, 2018). Masyarakat sudah sangat mengenal media sosial, jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat juga sangat beragam. Menurut temuan riset 'We Are Social', diantara sekian banyak jenis media sosial, orang Indonesia saat ini banyak yang tertarik dengan media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

### 2.3.2 Fungsi media sosial

Dalam bentuknya saat ini, media sosial telah mengembangkan pengaruh yang signifikan terhadap pola perilaku manusia dan berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Inilah yang berkontribusi pada berbagai fungsi media sosial.

Menurut Arum Wahyuni Purbohastuti (2017) berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial:

1. Media sosial adalah jenis media yang menggunakan internet dan teknologi online untuk meningkatkan hubungan sosial manusia.
2. Metode komunikasi satu arah satu arah (*one to many*) media penyiaran

3. Berhasil digantikan dengan praktik komunikasi dialogis (*many to many*) melalui penggunaan media sosial.
4. Media sosial mendorong demokratisasi informasi dan keahlian. mengubah orang menjadi pembuat pesan bukan hanya konsumen pesan.

## **2.4 Video**

### **2.4.1 Pengertian video**

Istilah video berasal dari bahasa latin yaitu dari kata *vidi* atau *visum* yang artinya melihat atau memiliki daya penglihatan. Video merupakan gambar bergerak yang menyediakan satu cara penyampaian informasi secara menarik. Video adalah media yang paling bermakna yang menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik. Video adalah salah satu teknologi penangkapan, perekaman, penyimpanan, dan pengolahan gambar bergerak (Fadhli, 2015). Elektronik yang menggunakan pemrosesan sinyal untuk menggambarkan visual bergerak disebut video, Video adalah komponen penting dari multimedia dan yang paling menarik dan juga alat yang dapat mempercepat pembelajaran dengan menghubungkannya ke situasi dunia nyata (Apriliani et al., 2019).

Berdasarkan beberapa definisi di atas bahwa video adalah gambar yang disusun secara berurutan untuk menghasilkan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Ilusi akan tampak lebih mulus saat kecepatan meningkat dan gerakan akan terlihat lebih mulus saat video dilihat atau disajikan saat frekuensi gambarnya meningkat.

### 2.4.2 Keunggulan media video

Menurut Noor (2018) Media video mempunyai keunggulan sebagai media penyebaran informasi, diantaranya:

1. Memperlihatkan gerak.
2. Memperpendek jarak dan waktu.
3. Memperlihatkan fenomena yang yang tidak dapat dilihat secara langsung.
4. Mengkomunikasikan pesan kepada audiens secara spesifik.
5. Dapat digunakan berulang kali.
6. Dapat mengurangi sequence secara akurat.
7. Mampu memancing emosi audiens.
8. Berisi visual dan suara

## 2.5 Teknik Pengambilan Video

Teknik pengambilan video merupakan metode atau strategi yang digunakan untuk merekam adegan atau momen dengan kamera untuk menghasilkan video yang memiliki kualitas. Pengambilan video harus memperhatikan prosedur videografi yang tepat. Dengan teknik pengambilan video, maka video yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang lebih baik dan dapat dinikmati oleh semua pemirsa. Selain itu, pengambilan video juga dipengaruhi oleh berbagai jenis kamera, lensa, dan memahami cara kerjanya adalah keterampilan penting untuk videografi (Yuliadi et al., 2020).

### 2.5.1 Teknik pengambilan adegan

Adegan diambil secara konsisten dan untuk memberikan footage berkualitas tinggi. Sebaiknya gunakan lebih dari satu kamera saat membuat video. Tujuannya

untuk dapat menangkap gambar dari semua sudut, terutama diruang terbuka lebar. Untuk menjaga keseimbangan gambar pada kamera juga harus memperhatikan posisi saat mengambil gambar (Nugroho, 2014).

Saat memotret satu subjek, perhatikan bagaimana gambar ditempatkan dan pastikan posisi gambar dengan baik. Posisi kamera harus ideal dan sudut fokus dibuat menarik, terutama saat penyampaian informasi atau pesan kepada orang, agar penonton bisa mengapresiasi latar belakang film. Saat subjek berupa gambar ditampilkan secara penuh, penonton mungkin bosan melihatnya.

#### 2.5.2 Jenis- jenis shot

Jenis- jenis shot pada pengambilan video memiliki fungsi masing-masing, diantaranya:

1. *Wide shot/Extreme long shot (XLS)*, merupakan pengambilan gambar yang menunjukkan pemandangan yang luas, memberikan pandangan keseluruhan lokasi atau menimbulkan kesan yang tidak penting. *Shot* ini biasa sering ditemukan di awal dan akhir sebuah karya audio visual. (Kabelen, 2022).
2. *Long shot (LS)* atau *Full shot*, pengambilan gambar subjek secara penuh dari kepala hingga kaki atau juga disebut full shot, shot ini bertujuan untuk memperkenalkan subjek dan menunjukkan apa yang sedang dilakukan (Kabelen, 2022).
3. *Medium shot (MS)*, pengambilan objek dari bagian pinggang hingga atas kepala (Kabelen, 2022).

4. *Close up (CU)*, pengambilan gambar dari dekat yang menonjolkan detail-detail kecil seperti burung pada pemandangan atau objek kecil (Kabelen, 2022).
5. *Over Shoulder (OS)*, pengambilan gambar yang dilakukan dengan kamera berada di bahu salah satu subjek (Kabelen, 2022).

### 2.5.3 Teknik pengambilan angle

Teknik-teknik pengambilan angle video terdapat beberapa jenis sudut pengambilan video yang memiliki fungsi masing-masing, diantaranya:

1. *Bird eye view*, merupakan metode sudut pengambilan gambar yang menempatkan kamera di atas ketinggian subjek yang ditangkap. Tujuannya adalah untuk membuat penonton merasa iba dan haru dengan membuat hal-hal yang ditangkap tampak rapuh (Bonafix, 2011).
2. *High angle*, merupakan sudut pengambilan gambar video yang lebih rendah dari *bird view*, tetapi dari atas objek. Bertujuan untuk membuat benda yang ditangkap tampak lemah dan tidak berdaya (Bonafix, 2011).
3. *Low angle*, merupakan sudut pengambilan gambar video dari bawah objek, yang menimbulkan objek terkesan dominan dan besar (Bonafix, 2011).
4. *Eye level angle*, merupakan teknik pengambilan gambar video yang setara atau sejajar dengan sisi obyek. Pada teknik ini, sudut pengambilan gambar kurang memiliki kesan. Namun, komposisi pada frame harus diperhatikan agar enak dilihat (Bonafix, 2011).
5. *Frog eye*, merupakan sudut pengambilan gambar video yang posisi kamera berada sejajar dengan posisi dasar sebuah obyek. Pada teknik ini

menghasilkan kesan yang dramatis karena memperlihatkan suatu visual yang menarik tapi diambil dengan variasi tidak seperti biasanya (Bonafix, 2011).

#### 2.5.4 Gerakan kamera

Menurut Kabelen (2022) terdapat beberapa gerakan kamera yang memiliki fungsi masing-masing, diantaranya:

1. *Panning shot*, merupakan pengambilan gambar dengan gerakan kamera menyamping dari satu sisi ke sisi lain yang menampilkan pandangan lebih luas, biasanya terdapat gerakan kamera dari kanan ke kiri disebut *pan left* dan dari kiri ke kanan disebut *pan right*.
2. *Tilt shot*, merupakan pengambilan gambar dengan gerakan kamera naik disebut *tilt up* dan gerakan kamera turun disebut *tilt down* yang mengarahkan pandangan ke atas dan ke bawah.
3. *Tracking shot*, pengambilan gambar dengan gerakan kamera bergerak ke depan dan ke belakang biasanya digunakan sepanjang pemandangan, sering kali pada rel, kendaraan, atau perangkat lainnya.
4. *Zoom shot*, merupakan pengambilan gambar kamera tetap atau tidak bergerak, namun mendekati objek atau menjauhi objek menggunakan *zoom*. *Zoom* yang membuat gambar semakin luas dan menjauhi objek disebut *zoom out*, dan *zoom* yang membuat gambar semakin sempit dan mendekati objek disebut *zoom in*.
5. *Dolly shot*, merupakan pengambilan gambar dengan gerakan kamera maju atau mundur, yang memberikan perasaan mendekat atau menjauh dari pemandangan atau objek.

6. *Static shot*, merupakan pengambilan gambar dengan kamera tetap diam dan pemandangan berbicara sendiri tanpa gerakan kamera.

#### 2.5.5 Jenis kamera video

Menurut Sari & Palumpun, (2021) Kamera merupakan sebuah alat yang kegunaan utamanya adalah mengambil gambar. Kamera yang tersedia di pasaran saat ini hadir dalam beragam gaya dan fitur yang beragam. Terdapat beberapa jenis kamera videography dengan cara kerja serta fungsi yang berbeda, yaitu:

1. Kamera analog, pada kamera analog terdapat proses untuk menangkap berkas cahaya dan mengganti film dengan sangat cepat. Sehingga mendapatkan gambar berurutan pada roll film atau gulungan film. Untuk menghasilkan gambar yang bergerak, film dengan gambar atau yang diambil dengan kamera diterangi dan diarahkan pada slide atau dengan bantuan proyektor. Pada kecepatan yang sama dengan kecepatan perekaman, film-film ini akan diekspos secara bergantian (Permadi, 2021).
2. Kamera digital, pada kamera ini menggunakan teknologi tinggi dengan komponen mikro yang tidak dapat dipandang atau dilihat langsung oleh mata (mata telanjang). Komponen inti yang terdapat pada jenis kamera ini adalah vidicon kamera tube. Dimana, vidicon mengubah suatu energi cahaya menjadi energi listrik. Lensa fokus akan terfokus pada berkas cahaya pada photoconductive target. Perangkat ini memiliki resistansi tinggi ketika intensitas cahaya rendah (Permadi, 2021).
3. Kamera drone, pesawat tak berawak dengan sensor yang dikendalikan dari jarak jauh menggunakan remote control dan perangkat lunak yang canggih

disebut drone, drone memiliki kamera dan sensor yang memungkinkan mengambil gambar dan video dari udara (Siregar, 2023).

## **2.6 Video Invest in Tourismn Aceh Tengah**

"Invest in Tourism," merupakan video promosi pariwisata dan budaya yang dibuat oleh Pemerintah Aceh melalui program kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar Aceh). Tujuan dari video ini adalah untuk mempromosikan pariwisata dan budaya di Aceh dan menarik perhatian wisatawan agar memilih dan berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Aceh, terutama destinasi wisata di Aceh Tengah.

Dalam video "Invest in Tourism Aceh Tengah", disajikan berbagai pesona dan keindahan dari destinasi pariwisata dan budaya di Aceh Tengah untuk menggugah minat para wisatawan. Video ini berfungsi sebagai alat promosi yang kuat untuk memperkenalkan potensi wisata di daerah tersebut kepada masyarakat lokal maupun mancanegara.

Dengan tujuan untuk memikat para wisatawan, video tersebut mencoba menyoroti daya tarik unik dan pesona alam yang dimiliki Aceh Tengah, serta menyampaikan pesan bahwa mengunjungi destinasi wisata di Aceh Tengah akan memberikan pengalaman yang tak terlupakan. Diharapkan dengan adanya video promosi ini, jumlah kunjungan wisatawan ke Aceh Tengah dapat meningkat, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata dan ekonomi daerah.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses penalaran induktif untuk mencoba memahami realitas atau kenyataan, peneliti diharapkan selalu berkonsentrasi pada fakta atau kejadian yang ada di wilayah yang ditelitinya (Adlini et al., 2022). Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, dimana data yang dikumpulkan lalu disajikan berupa uraian kata-kata dan gambar-gambar (Siti, 2021).

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan informasi dari penelitian yang dilakukan, mengumpulkan informasi tentang suatu gejala yang ada pada saat penelitian dilakukan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu hasil penelitian dengan tujuan memberikan deskripsi dan penjelasan dari fenomena yang sedang diteliti (Ramdhan, 2021, p. 7).

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menjawab permasalahan dengan melakukan analisis teknik pengambilan video yang dimana data akan diperoleh dari hasil mengamati dan meneliti bagaimana teknik yang digunakan pada saat pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah serta data akan disajikan berupa kata-kata berbentuk diskripsi.

### 3.2 Kerangka Konsep

Kata konsep berasal dari bahasa latin yaitu *conceptum* yang memiliki arti dipahami. Pada suatu penelitian diperlukan kerangka konsep agar penelitian tersusun dan terarah. Berikut kerangka konsep dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah:



Gambar 3. 1 Kerangka konsep

### 3.3 Definisi Konsep

Adapun definisi konsep pada penelitian ini adalah:

1. Teknik pengambilan video adalah metode, strategi atau cara yang digunakan pada saat merekan video yang bertujuan untuk mendapatkan hasil rekaman yang berkualitas dan baik.
2. Invest in Tourism Aceh Tengah merupakan video yang menayangkan pesona dan keindahan dari destinasi pariwisata dan budaya di Aceh Tengah untuk menggugah minat para wisatawan.
3. Media promosi pariwisata merupakan sarana yang digunakan untuk memberikan informasi dengan tujuan mempromosikan pariwisata.

### 3.4 Kategorisasi Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa kategorisasi penelitian yang dapat dilihat dari video Invest in Tourism Aceh Tengah, kategorisasi penelitian dapat dilihat pada tabel 1 Kategorisasi Penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1Kategorisasi Penelitian

Teknik pengambilan video	Invest in Tourism Aceh Tengah
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis shot</li> <li>• Teknik pengambilan angle</li> <li>• Pergerakan kamera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pariwisata</li> <li>• Seni</li> <li>• Sumber daya alam</li> <li>• Kuliner</li> <li>• Budaya</li> </ul>

Penelitian ini memiliki kategoris untuk mempermudah dan membantu penelitian dalam mengelompokkan penelitian sehingga mudah untuk di pahami. Terdapat beberapa teknik pada pengambilan video diantaranya:

1. Jenis shot: *Extreme long shot (XLS), Long shot (LS)* atau *Full shot, Medium shot (MS), Close Up (CU), Over shoulder (OS)*.
2. Teknik pengambilan angle: *Bird eye level, High angle, Eye level angle, Low angle* dan *Frog eye*.
3. Pergerakan kamera: *Panning shot, Tilt shot, Dolly shot, Tracking shot, Zoom shot* dan *Static shot*.

Selain itu, pada video Invest in Tourism Aceh Tengah juga terdapat beberapa kategorisasi diantaranya: pariwisata, seni, sumber daya alam, kuliner, dan budaya

### 3.5 Narasumber Penelitian

Narasumber atau informan adalah orang yang terlibat dalam penelitian yang juga sering disebut partisipan. Narasumber atau informan digunakan sebagai pelaku yang memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan yang sebenarnya

dari objek penelitian yang dapat memberikan data yang akurat (Strauss & Corbin, 2003). Penelitian ini menggunakan video Invest in Tourism Aceh Tengah sebagai narasumber penelitian.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini mengumpulkan data dengan beberapa teknik pengumpulan data. Herdayati & Syahrial (2019) menyebutkan bahwa teknik pengumpulan data merupakan teknik mengumpulkan informasi atau bahan-bahan aktual yang dapat digunakan sebagai landasan untuk penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya (Rahardjo, 2011).

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

#### **1. Dokumentasi**

Menurut Wahyuni (2018) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah lalu. Ilham (2020) menyebutkan bahwa dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau usaha kolosal seseorang. dokumentasi berbasis tulisan, seperti jurnal, sejarah hidup, cerita, biografi, aturan, dan kebijakan. dokumentasi berbasis gambar, termasuk gambar, foto, dan gambar real-time. Dokumentasi berupa karya seni, seperti lukisan, patung, video, dan media lainnya. Dalam penelitian kualitatif, studi dokumentasi merupakan pelengkap penggunaan teknik observasi dan wawancara.

#### **2. Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi atau pengamatan terhadap objek penelitian yang akan diteliti. Observasi memiliki arti pengamatan, pengawasan, peninjauan, penyelidikan dan riset. Observasi adalah

kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau informasi yang sesuai dengan konteks penelitian. Teknik observasi diharapkan dapat menjelaskan atau menggambarkan secara luas dan rinci tentang masalah yang dihadapi (Mahli, 2011, p. 73). Penelitian ini melakukan pengamatan terhadap video Invest in Tourism Aceh Tengah.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Menganalisis data merupakan salah satu langkah yang perlu diperhatikan dalam penelitian untuk memperoleh kebenaran data terhadap data yang didapatkan untuk mengetahui teknik-teknik pengambilan video pada video Invest in Tourism Aceh Tengah. Rijali (2019) menyebutkan bahwa, “analisis data sifatnya sangat interaktif dengan pengumpulan data”.

Menurut Muhson (2020) menyebutkan bahwa terdapat tiga jalur analisis data yang digunakan pada penelitian kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan. Terdapat beberapa langkah untuk menganalisis data kualitatif (N. Harahap, 2020) , diantaranya:

1. Reduksi data. Setelah data primer dan sekunder terkumpul, dilakukan pemilahan data, dimana data diurutkan, dibuat tema, dikategorisasikan, dipusatkan pada lapangan, ada yang dibuang, disusun sedemikian rupa dan dibuat rangkuman dalam satu analisis, setelah itu data baru diperiksa kembali dan dikelompokkan sesuai dengan masalah yang diteliti. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang masalah penelitian, fakta-fakta yang sesuai dengan tujuan penelitian diminimalkan kemudian dideskripsikan dalam bentuk narasi (N. Harahap, 2020, p. 70).

2. Penyajian data. Pada proses merupakan kegiatan ketika sekumpul informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif adalah teks naratif yang berbentuk catatan (N. Harahap, 2020, p. 70).
3. Penarikan simpulan. Meskipun pada bagian reduksi data sudah digambarkan, namun itu sifatnya belum permanen dengan jelas dan sistematis namun selama penelitian berlangsung akan ditarik simpulan hingga menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh (N. Harahap, 2020, pp. 70–71).

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di kota Medan, namun tidak memiliki lokasi khusus, karena penelitian ini merupakan penelitian menganalisis teknik pengambilan video yang bisa dilakukan dimana saja. Waktu penelitian akan dilakukan bulan Juni s/d September tahun 2023.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Video Invest in Tourism Aceh Tengah menampilkan beberapa kategori yang berbeda-beda pada setiap *scene-scene* yang ada pada video, beberapa kategori atau bidang yang ditayangkan pada video tersebut diantaranya adalah: Pariwisata, budaya, seni, kuliner, dan sumber daya alam. Teknik pengambilan video pada setiap kategori atau bidang tersebut tentunya berbeda-beda, baik dari segi sudut pengambilan video, jenis shot, dan pergerakan kamera dari setiap *scene-scene* pada video Invest in Tourism Aceh Tengah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa teknik pengambilan video dari setiap *scene* yang digunakan pada video Invest in Tourism Aceh Tengah yang digunakan sebagai media promosi pariwisata di Aceh Tengah.

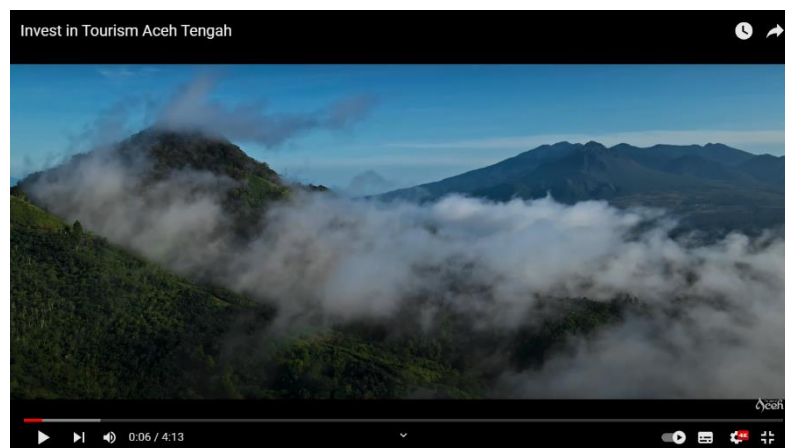
##### 4.1.1 Pembukaan video (*Opening video*)

Opening video Invest in Tourism Aceh Tengah menampilkan pemandangan alam yang luas, terlihat hutan, pegunungan, danau, laut tawar, sawah serta perkampungan yang tidak terlihat begitu jelas, dapat dilihat pada Gambar 4.1 dan Gambar 4.2.



**Gambar 4. 1** *Opening Video Invest in Tourism Aceh Tengah*

Pada *scene* opening video terdapat pada Gambar 4.1 menggunakan teknik pengambilan video dengan jenis shot *Extreme long shot (XLS)*, dimana pemandangan alam secara keseluruhan terlihat, namun subjek atau objek tidak terlihat begitu jelas. Sudut pengambilan video/gambar yaitu *High angle*.



**Gambar 4. 2** *Opening Video Invest in Tourism Aceh Tengah*

Pada *scene* opening video Gambar 4.2 menggunakan teknik pengambilan video dengan jenis shot *Extreme long shot (XLS)*, sudut pengambilan gambar *High angle* yaitu sudut pengambilan gambar sedikit dari atas objek. Pergerakan kamera



pada bagian ini bergerak secara mendatar namun seperti berputar dari kanan ke kiri yang disebut *Panning left* dan *scene* ini juga diambil menggunakan kamera drone.

#### 4.1.2 Pariwisata

*Scene* pariwisata yang ditayangkan pada video *Invest in Tourism Aceh Tengah* menampilkan beberapa tempat wisata yang ada di Aceh Tengah diantaranya:

##### 1. Danau lut tawar (*Lut tawar lake*)

Lut tawar lake merupakan salah satu danau yang ada di Aceh Tengah yang disebut danau lut tawar, pada *scene* ini terdapat tayangan yang menampilkan keindahan danau lut tawar yang berada disisi kota Takengon Aceh Tengah serta dikelilingi oleh pegunungan, dapat dilihat pada Gambar 4.3.



**Gambar 4. 3** *Lut Tawar Lake*

Pada *scene* ini teknik yang digunakan adalah *Bird eye view* sebagai sudut pengambilan gambar, terlihat bahwa video diambil dari atas objek dan pergerakan kamera secara vertikal ke atas yang disebut *Tilt up*. Video diambil menggunakan

kamera drone yang memperlihatkan pemandangan yang luas dapat dilihat pada Gambar 4.3.

## 2. Pantan terong

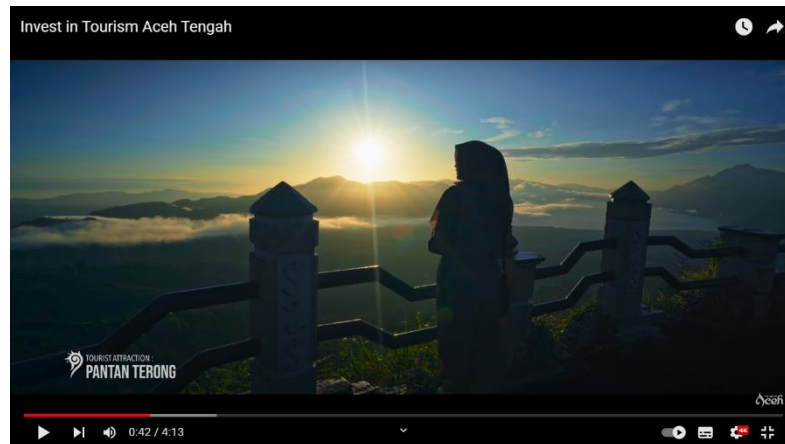
Pantan terong merupakan salah satu objek wisata yang berada di puncak gunung, tempat wisata ini dapat dikunjungi oleh wisatawan untuk menikmati pemandangan alam, serta suasana kota Takengon Aceh Tengah termasuk danau lut tawar yang terlihat dari tempat ini, selain pemandangan kota wisatawan juga dapat menikmati keindahan fenomena *sunrise* maupun *sunset* dari tempat ini karena pantan terong berada di puncak gunung, dapat dilihat pada Gambar 4.4 dan Gambar 4.5.



**Gambar 4. 4** *Puncak Pantan Terong*

Pada *scene* puncak pantan terong terlihat pantan terong berada di puncak gunung, teknik pengambilan video/gambar yang digunakan pada Gambar 4.4 adalah *Extereme long shot (XLS)* dimana gambar yang diambil sangatlah luas sehingga objek tidak terlihat begitu jelas. Dari segi sudut pengambilan video diambil dengan keberadaan kamera sejajar dengan objek yang disebut *Eye level*

*angle*. Selain itu, pergerakan kamera bergerak secara mendatar dari kiri ke kanan yang disebut *Panning right*.

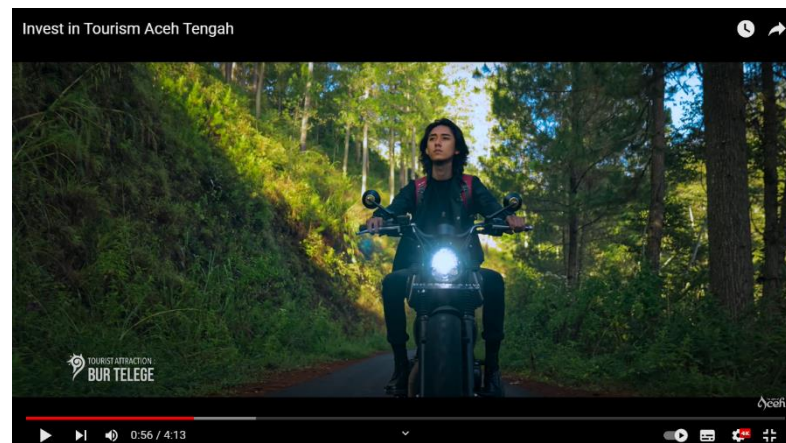


**Gambar 4. 5** Fenomena Sunrise dan Sunset yang dapat dilihat dari Puncak Pantan Terong

Pada Gambar 4.5 terlihat seseorang sedang menikmati pemandangan *sunset* dari puncak pantan terong. Pengambilan gambar/video pada *scene* ini menggunakan jenis shot *Long shot (LS)* atau *Full shot*, jenis shot ini memperlihatkan objek serta subjek secara penuh. Sudut pengambilan gambar yang digunakan adalah *Eye level angle* dan pergerakan kamera maju yang disebut *Dolly shot*.

### 3. Bur telege

Bur telege merupakan salah satu tempat wisata yang berada di punggung gunung, untuk sampai ke salah satu wisata ini kita melewati hutan pinus dengan suasana alam yang sangat indah serta suhu udara yang sangat sejuk dan asri, dapat dilihat pada Gambar 4.6.



**Gambar 4. 6** Jalan menuju Bur Telege

Pada Gambar 4.6 terlihat seseorang sedang berjalan dan menikmati keindahan alam, berdasarkan sudut pengambilan gambar/video teknik yang digunakan yaitu *Low angle* yang artinya kamera berada sedikit dibawah objek atau subjek sehingga objek atau subjek terlihat dominan. Pergerakan kamera pada bagian ini bergerak mundur mengikuti kendaraan yang berjalan yang disebut *Tracking shot*.



**Gambar 4. 7** Hutan Pinus dan Jalan Bur Telege

Terlihat suasana hutan pinus dan jalan menuju bur telege pada Gambar 4.7, pada *scene* ini menampilkan bahwa video diambil menggunakan beberapa teknik. Pada sudut pengambilan gambar menggunakan *Bird eye view*, jenis shot *Long shot*

(*LS*) atau *Full shot* dan pergerakan kamera *Dolly shot*. Pada *scene* ini video diambil menggunakan kamera drone dan drone bergerak mendekati seseorang yang sedang menikmati perjalanan pada hutan pinus.

#### 4. Mepar camping ground

Mepar camping ground merupakan salah satu pilihan wisatawan untuk menikmati pesona keindahan tanah gayo bersama teman maupun keluarga terutama untuk refreshing. Camping di Takengon Aceh Tengah berada dipinggir danau Lut Tawar, apalagi saat *weekend* sangat banyak wisatawan beramai-ramai melakukan camping di pinggir danau Lut Tawar untuk menikmati keindahan alam yang indah, sejuk, dan menenangkan dapat dilihat pada Gambar 4.8 dan Gambar 4.9.



**Gambar 4. 8** Suasana Mepar camping ground

Gambar 4.8 menunjukkan seseorang yang sedang melakukan wisata camping dipinggir danau lut tawar. Pengambilan video/gambar dilakukan dengan

jenis shot *Long shot (LS)* atau *Full shot, Low angle* dan pergerakan kamera *Dolly shot*.



**Gambar 4.9** Ekspresi seseorang yang sedang menikmati suasana camping dan danau lut tawar

Terlihat ekspresi seseorang yang sedang menikmati keindahan alam serta suasana sejuk dipagi hari yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yang melakukan camping di Mepar camping ground yang diambil dengan jenis shot *Close Up*, dapat dilihat pada gambar 4.9 .

## 5. Lukup badak

Lukup badak merupakan salah satu desa yang memiliki destinasi wisata yang disebut arung jeram dapat dilihat pada Gambar 4.10 dan Gambar 4.11. Wisata arung jeram sangat diminati oleh wisatawan yang suka dengan wahana ekstrim, arung jeram dapat dinikmati dengan menaiki perahu karet serta memakai pelampung serta helm dan melalui sungai dengan arus sungai yang lumayan ekstrim tapi seru.



**Gambar 4. 10** Wahana arung jeram lukup badak

Terlihat ekspresi keseruan wisatawan yang menikmati wahana arung jeram bersama teman-teman dan seorang pemandu yang membantu untuk melalui aliran sungai dapat dilihat pada Gambar 4.10, pada scene ini video/gambar diambil menggunakan jenis shot *Medium shot (MS)* dengan sudut pengambilan gambar *eye level angle* dan pergerakan kamera mendatar dari kanan ke kiri mengikuti pergerakan objek disebut *Panning left*.



**Gambar 4. 11** Suasana lukup badak

Suasana lukup badak terlihat pada Gambar 4.11. Keindahan alam sepanjang aliran sungai dapat terlihat dengan teknik pengambilan video menggunakan kamera

drone, dengan sudut pengambilan video yang disebut *bird eye view* yang menampilkan suasana wisata arung jeram dari atas dishot menggunakan drone dan objek terlihat sangat kecil. Selain itu, untuk pergerakan kamera maju ke depan mengikuti objek yang berjalan disebut *Tracking shot*.

#### 4.1.3 Seni

Seni yang ditampilkan pada video *Invest in Tourism Aceh Tengah* berupa Didong dan Tari *guel* merupakan pertunjukan yang mengandung musik, tarian dan nyanyian yang bertujuan menyampaikan pesan.

##### 1. Didong

Didong merupakan salah satu seni tradisional yang berasal dari Aceh Tengah, didong biasanya dimainkan oleh sekelompok laki-laki dengan menepuk tangan secara berirama sehingga menghasilkan alunan musik yang diiringi oleh nyanyian dari salah satu vokal dalam grub didong tersebut yang dapat dinikmati oleh para pendengar. Syair yang dinyanyikan biasanya memiliki makna atau pesan, dapat dilihat pada Gambar 4.12, Gambar 4.13 dan Gambar 4.14.



**Gambar 4. 12** *Didong*



Tampilan grub didong dapat dilihat pada Gambar 4.12, dimana sekelompok pemuda sedang melakukan seni didong. Pada video Invest in Tourism Aceh Tengah, bagian ini diambil dengan teknik *Long shot (LS)* atau *Full shot* dengan angle *Eye level angle* tanpa pergerakan kamera.



Gambar 4. 13 *Didong*

Bagian Gambar 4. 13, terlihat pengambilan video dengan jenis shot *Medium shot*, pengambilan angle *Eye level angle* dan pergerakan kamera mendatar dari kanan ke kiri yang disebut *Panning left*.

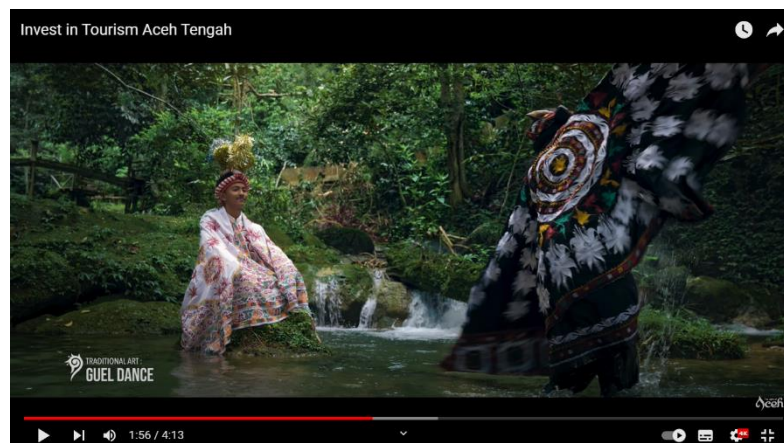


Gambar 4. 14 *Didong*

*Close up (CU)* merupakan jenis shot yang detail ekspresi dari objek seperti pada Gambar 4.14 yang menampilkan tepukan tangan pada seni didong. Teknik pergerakan kamera pada bagian ini menggunakan *zoom in* yaitu mendekati objek dengan cara zoom kamera.

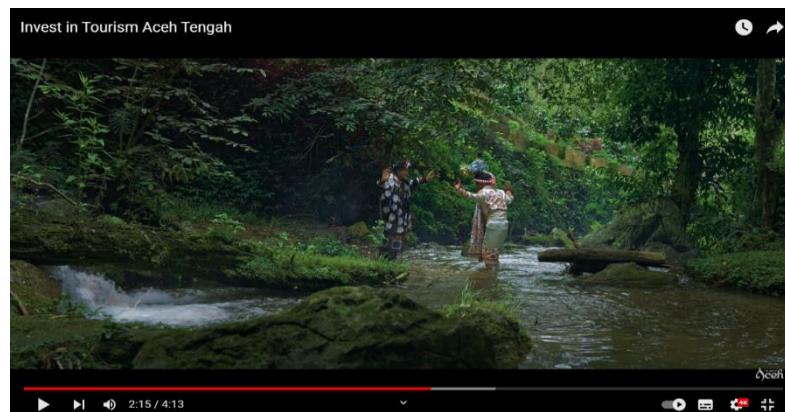
## 2. Tari guel (*Guel dance*)

Tari guel (*Guel dance*) merupakan salah satu kesenian tari yang diragakan oleh 2 orang laki-laki yang memiliki peran dari masing-masing penari, serta terdapat pesan dari setiap gerakan yang ditampilkan dari penari seperti pada Gambar 4.15 dan Gambar 4.16.



**Gambar 4.15** *Tari guel (Guel dance)*

Bagian Gambar 4.15 menggunakan jenis shot Long shot (LS) atau Full shot yang menampilkan penari secara penuh, dari segi sudut pengambilan video menggunakan Eye level angle.

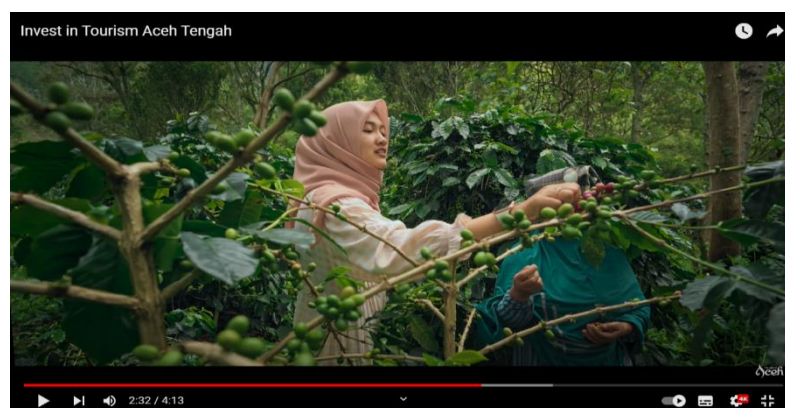


**Gambar 4. 16** *Tari guel (Guel dance)*

Gambar 4.16 memperlihatkan bahwa video diambing dengan jenis shot *Extreme long shot (XLS)* yang memperlihatkan objek dan suasana sekitarnya, bahkan objek tidak terlihat begitu jelas. Pergerakan kamera pada bagian bergerak mendatar dari kiri ke kanan yang disebut *Panning right*.

#### 4.1.4 Sumber daya alam

Sumber daya alam yang ada ditayangkan pada video Invest in Tourism Aceh Tengah berupa kebun kopi, kopi merupakan SDA terbesar di Aceh Tengah, bahkan bubuk kopi dikemas sebagai oleh-oleh dari Aceh Tengah. Kebun kopi serta biji kopi dapat dilihat pada Gambar 4.17, Gambar 4.18 dan Gambar 4.19.



**Gambar 4. 17** *Seseorang yang sedang memetik kopi*

Terlihat seorang gadis dan seorang ibu sedang memetik kopi di kebun kopi pada Gambar 4.17. Teknik pengambilan video pada bagian ini menggunakan *Medium shot (MS)*, *Eye level angle* merupakan sudut pengambilan video dengan posisi kamera sejajar dengan objek serta subjek pada video dan pergerakan kamera ngezoom mendekati objek yang disebut *Zoom in*.



**Gambar 4. 18** *Kopi gayo*

Gambar 4.18 memperlihatkan biji kopi secara dekat yang diambil dengan teknik pengambilan video jenis shot *Close up (CU)* yang memperlihatkan biji kopi secara detail. Teknik pengambilan angle pada bagian ini menggunakan sudut pengambilan video yang dimana kamera berada sejajar dengan objek yang disebut *Eye level angle*.

#### 4.1.5 Kuliner

Kuliner yang dapat dinikmati di Aceh Tengah salah satunya adalah masakan masam jing dapat dilihat pada Gambar 4.19, Gambar 4.20 dan Gambar 4.21.



**Gambar 4. 19** *Masam jing*

Terlihat masakan tradisional masam jing yang dimasak menggunakan kayu bakar, ikan yang dimasak pada masakan masam jing ini merupakan ikan mujahir dapat dilihat pada Gambar 4.19. Bagian ini teknik pengambilan video yang digunakan adalah jenis shot *Close Up (CU)* dan *High angle*.



**Gambar 4. 20** *Masakan tradisional gayo*

*Scene* kuliner menampilkan seorang gadis dan ibu-ibu yang sedang memasak masam jing sambil bercerita bersama seperti Gambar 4.20. Bagian ini menggunakan teknik pengambilan video menggunakan jenis shot *Extreme long shot (XLS)* yang merupakan jenis shot yang menampilkan pandangan yang luas dan

bagian ini kamera bergerak secara mendatar dari kanan ke kiri yang disebut *Panning left*.



**Gambar 4. 21** Memasak masam jing

Gambar 4.21 menggunakan jenis shot *Over shoulder (OS)* yang artinya kamera berada dibelakang bahu karakter, sehingga terlihat bagian tubuh karakter yang membingkai.

#### 4.1.6 Budaya

Pacuan kuda di Aceh Tengah merupakan salah satu budaya tradisional aceh, yang dilaksanakan setiap 2 (dua) kali dalam setahun untuk memperingati HUT RI dan HUT kota Takengon Aceh Tengah. Pacuan kuda dilaksanakan di lapangan blang bebangka, dapat dilihat pada Gambar 4.22, Gambar 4.23 dan Gambar 4.24.



**Gambar 4. 22** Pacuan kuda tradisional Aceh Tengah

Terlihat Kuda yang sedang melakukan pacuan kuda di lapangan blang bebangka pada Gambar 4.22, kuda berpacu begitu cepat dikendalikan oleh seseorang yang disebut joki kuda. Bagian ini menggunakan teknik pengambilan video dengan jenis shot *Long shot* atau *Full shot*, terlihat seekor kuda dan seorang joki yang dishot secara penuh sehingga objek terlihat dengan jelas. Teknik pengambilan video bagian ini menggunakan angle *Eye level angle* yang berarti kamera berada sejajar dengan objek dan pergerakan kamera dari kanan ke kiri yang disebut *Panning left*.



**Gambar 4. 23** Suasana Pacuan kuda di Aceh Tengah

Gambar 4.23 menayangkan suasana pacuan kuda dan kuda yang sedang berlari serta penonton yang ada dipinggiran jalur kuda dibatasi dengan pagar untuk tempat penonton menikmati pacuan kuda. Teknik pengambilan video bagian ini menggunakan jenis shot *Extreme long shot (XLS)* yang menampilkan seluruh pemandangan dilapangan pacuan kuda. Video ini diambil dari sudut yang disebut *High angle*, dimana video diambil dari arah sedikit diatas objek menggunakan kamera drone yang bergerak maju mengikuti kuda yang berlari disebut teknik *Tracking*.



**Gambar 4. 24** Kuda yang sedang berpacu

Kuda yang sedang berpacu terlihat pada Gambar 4.24, bagian ini menggunakan teknik pengambilan video dengan jenis shot *Close Up (CU)*, dimana kaki kuda yang sedang berlari dishot secara mendetail terlihat kaki kuda yang sedang berpacu pada tanah yang terombak ambik karena pacuan kaki kuda.



## 4.2 Pembahasan

Teknik pengambilan video pada video Invest in Tourism Aceh Tengah yang digunakan sebagai media promosi pariwisata di Aceh Tengah yang ditayangkan pada channel YouTube Disbudpar Aceh menggunakan beberapa teknik pengambilan video. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan tentang menganalisis teknik-teknik pengambilan video yang berjudul Invest in Tourism Aceh Tengah, maka peneliti akan membahas hasil penelitian yang didapatkan, teknik-teknik yang digunakan pada pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah.

Pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah menggunakan 3 teknik pengambilan video diantaranya jenis-jenis shot, teknik pengambilan angle dan pergerakan kamera.

### 4.2.1 Jenis-jenis shot

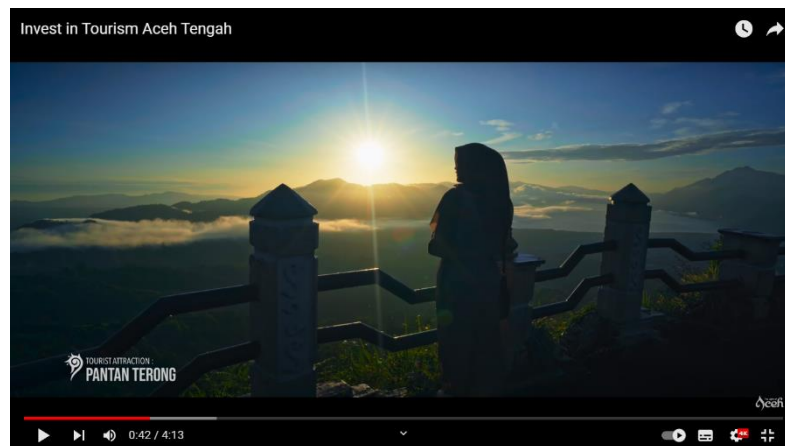
Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, terdapat 5 (lima) jenis shot yang digunakan pada pengambilan video yang berjudul Invest in Tourism Aceh Tengah adalah *Extreme long shot (XLS)*, *Long shot (LS)*, *Medium shot (MS)*, *Close up (CU)*, dan *Over shoulder (OS)*. Jenis-jenis shot sangat memiliki peran dalam mengekspresikan keindahan pada video Invest in Tourism Aceh Tengah, sehingga video dapat menampilkan informasi dan pesan yang ingin disampaikan kepada penonton.

*Extreme long shot (LS)* dapat menampilkan lokasi yang luas dan menunjukkan pemandangan yang sangat luas terkait destinasi wisata yang

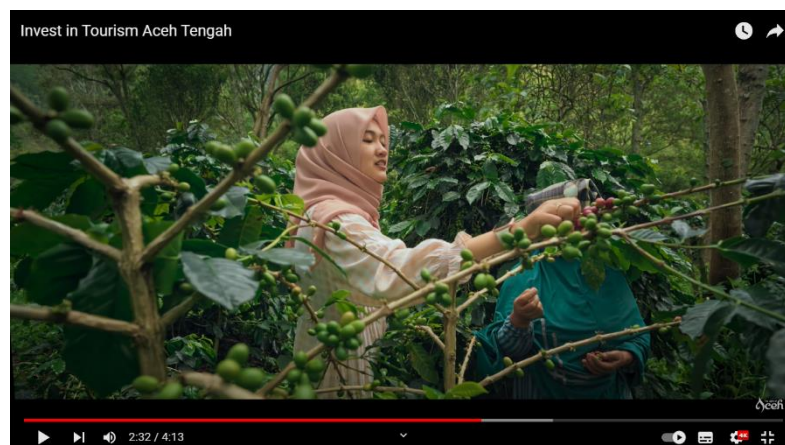
ditampilkan, salah satunya pemandangan suasana kota Takengon Aceh Tengah dan danau lut tawar yang dapat dinikmati penonton pada video Invest in Tourism Aceh Tengah. *Long shot (LS)* digunakan untuk menampilkan objek atau subjek secara penuh sehingga dapat dilihat apa yang sedang dilakukan seperti seseorang yang sedang menikmati pesona sunset di pantai terong, seseorang yang sedang menari dan kuda yang sedang berlari pada video. *Medium shot (MS)* memberikan efek agar penonton dapat memfokuskan perhatian pada objek atau aktivitas tertentu seperti aktivitas seseorang yang sedang memetik biji kopi yang ditayangkan pada video. Selain itu, terdapat jenis shot *Close up* yang memberikan detail tertentu untuk memberikan tampilan lebih dalam untuk penonton yang menikmati tayangan video Invest in Tourism Aceh Tengah seperti detail ekspresi wajah, detail biji kopi serta detail lainnya yang terdapat pada video. Jenis shot *Over shoulder (OS)* juga terdapat pada video ini pada tayangan beberapa orang yang sedang memasak masakan masam jing.



**Gambar 4. 25** *Extreme long shot (XLS)*



**Gambar 4. 26** *Long shot (LS) atau Full shot*



**Gambar 4. 27** *Medium shot (MS)*



**Gambar 4. 28** *Close up (CU)*



**Gambar 4. 29** *Over shoulder (OS)*

#### 4.2.2 Teknik pengambilan angle

Teknik pengambilan angle atau sering disebut juga sudut pengambilan gambar merupakan salah satu teknik yang digunakan pada pengambilan video yang berjudul *Invest in Tourism Aceh Tengah*. Berdasarkan hasil penelitian peneliti terhadap video yang berjudul *Invest in Torism Aceh Tengah*, terdapat 4 pengambilan angle yang digunakan pada video ini adalah *Bird eye view*, *High angle*, *Eye level angle*, dan *Low angle*.

Teknik pengambilan angle *Bird eye view* digunakan di beberapa *scene* yang menunjukkan bagian atau pemandangan yang luas dan diambil dari sisi atas subjek atau objek pada saat mengambil video. Teknik pengambilan angle *High angle* digunakan untuk mengambil video dari sudut sedikit dari atas namun tepatnya dibawah *Bird eye view*. Selain itu, terdapat salah satu teknik pengambilan angle yang paling banyak digunakan pada video *Invest in Tourism Aceh Tengah* adalah *Eye level angle*, dimana keberadaan kamera berada sejajar dengan objek atau subjek sehingga memfokuskan penonton pada suatu hal yang ditayangkan. Teknik

pengambilan angle *Low angle* juga digunakan pada video ini, teknik ini merupakan sudut pengambilan video yang diambil dari bawah objek yang menunjukkan objek terkesan dominan.



**Gambar 4. 30** *Bird eye view*



**Gambar 4. 31** *High angle*



**Gambar 4. 32** *Eye level angle*



**Gambar 4. 33** *Low angle*


#### 4.2.3 Pergerakan kamera

Pergerakan kamera juga merupakan salah satu teknik yang digunakan pada pengambilan video yang berjudul *Invest in Tourism Aceh Tengah*. Berdasarkan hasil penelitian peneliti terdapat 5 jenis pergerakan kamera yang digunakan diantaranya *Panning shot*, *Tilt shot*, *Dolly shot*, *Tracking shot* dan *Zoom shot*. Kelima jenis teknik pergerakan kamera yang digunakan pada pengambilan video digunakan pada *scene-scene* yang ada pada video untuk memperlihatkan pesona keindahan alam serta lingkungan dengan sangat baik, selain itu pergerakan kamera




memberikan tampilan yang menarik bagi penonton sehingga penonton dapat menikmati dan memahami suasana serta informasi yang disampaikan oleh video tersebut sehingga video tersebut mencapai tujuannya.




Dengan berbagai jenis pergerakan kamera yang digunakan pada pengambilan video ini, tayangan pada video *Invest in Tourism Aceh Tengah* dapat memperkenalkan beragam aspek seperti destinasi pariwisata, seni, kuliner, sumber daya alam dan budaya. Melalui pergerakan kamera yang tepat, video ini dapat menampilkan detail-detail yang penting yang berada di Aceh Tengah terkait dengan destinasi wisata sehingga video ini dapat digunakan sebagai media promosi pariwisata.



**Tabel 4. 1** Penjelasan cuplikan layar dari video *Invest in Tourism Aceh Tengah*

No	Visual	Sumber	Keterangan
1.		<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Keindahan pemandangan danau Lut Tawar dan kota Takengon Aceh Tengah.</p>
2.		<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Keindahan pemandangan yang dapat dinikmati dari puncak pantan terong berupa fenomena <i>sunset</i> disore hari.</p>



3.	 <p>Invest in Tourism Aceh Tengah</p> <p>BUR TELEGE</p>	<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Suasana hutan pinus dan jalan menuju destinasi wisata Bur telege.</p>
4.	 <p>Invest in Tourism Aceh Tengah</p> <p>MEPAR CAMPING GROUND</p>	<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Wisata camping di Mepar camping ground yang berada di pinggiran danau Lut Tawar, sehingga wisatawan dapat menikmati keindahan alam serta suasana sejuk dipagi hari.</p>
5.	 <p>Invest in Tourism Aceh Tengah</p> <p>WATER SPORTS</p>	<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Wisatawan yang sedang menikmati wahana arung jeram bersama teman-teman dan seorang pemandu yang membantu untuk melalui aliran sungai lukub badak.</p>

6.		<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Didong merupakan salah satu seni tradisional yang berasal dari Aceh Tengah, didong biasanya dimainkan oleh sekelompok laki-laki dengan menepuk tangan secara berirama sehingga menghasilkan alunan musik yang diiringi oleh nyanyian dari salah satu vokal dalam grub didong tersebut yang dapat dinikmati oleh para pendengar</p>
7.		<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Tari guel (<i>Guel dance</i>) merupakan salah satu kesenian tari yang diragakan oleh 2 orang laki-laki yang memiliki peran dari masing-masing penari, serta terdapat pesan dari setiap gerakan yang ditampilkan dari penari dengan menggunakan kain ules yang disebut ulen-ulen</p>
8.		<p>YouTube: (Disbudpar, 2023)</p> <p>URL:  <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a></p>	<p>Kebun kopi merupakan salah satu sumber daya alam terbesar di Aceh Tengah, jenis kopi yang berada di Aceh Tengah merupakan kopi Arabika.</p>

9.		YouTube: (Disbudpar, 2023) URL: <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a>	Terlihat masakan tradisional masam jing yang dimasak menggunakan kayu bakar, ikan yang dimasak pada masakan masam jing ini merupakan ikan mujahir dengan rempah-rempah berupa cabe, bawang merah, kunyit, daun gearang, dan jeruk sayur.
10.		YouTube: (Disbudpar, 2023) URL: <a href="https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT">https://youtu.be/rieNdaumPAI?si=TfG-KyKc2DZkgNqT</a>	Pacuan kuda merupakan salah satu perlombaan tradisional yang dilaksanakan setahun 2 (dua) kali.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Pengambilan video video Invest in Tourism Aceh Tengah menggunakan teknik-teknik pengambilan video seperti jenis-jenis shot, teknik pengambilan angle dan pergerakan kamera. Pengambilan video Invest in Tourism aceh tengah menggunakan 5 jenis shot diantaranya *Extreme long shot (XLS)*, *Long shot (LS)*, *Medium shot (MS)*, *Close up (CU)*, dan *Over shoulder (OS)*. Terdapat 4 jenis teknik pengambilan angle yang digunakan pada pengambilan video Invest in Tourism Aceh Tengah diantaranya *Bird eye view*, *High angle*, *Eye level angle*, dan *Low angle*. Selain itu, terdapat 5 jenis pergerakan kamera yang digunakan sebagai teknik pengambilan video pada video Invest in Tourism Aceh Tengah diantaranya adalah *Panning shot*, *Tilt shot*, *Dolly shot*, *Tracking shot* dan *Zoom shot*.

#### **5.2 Saran**

5.2.1 Diharapkan dengan mempelajari teknik-teknik yang digunakan dalam pengambilan video, mahasiswa dapat memanfaatkan serta menerapkan teknik-teknik pengambilan video yang baik untuk menghasilkan video yang berkualitas untuk media promosi pariwisata agar tujuan penyampaian informasi serta promosi tersampaikan kepada para penonton.

5.2.2 Bagi para pembaca diharapkan dapat mempelajari teknik-teknik pengambilan video dengan baik untuk menghasilkan video yang baik serta skripsi ini dapat menjadi referensi bagi para pembaca dalam membuat video.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26–30.
- Anggraini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata dalam Situasi Pandemi Covid - 19. *Pariwisata*, 8(1), 22–31.
- Anshori, A. (2021). Komunikasi Organisasi Antar Budaya di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Sumatera Utara. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 11–19. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5301>
- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(1), 57–65. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Basril, W. J., & Kamal, M. N. (2022). Video Sebagai Media Promosi Tahaha Di Sumatera Barat. *DEKAVE : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 12(2), 207. <https://doi.org/10.24036/dekave.v12i2.117372>
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Disbudpar. (2023). *Invest in Tourism*. <https://www.youtube.com/watch?v=rieNdaumPAI>
- Durachman, Y., Supriati, R., Santoso, N. P., & Suryaman, F. M. (2021). Dampak Implementasi Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Generasi Milenial Menghadapi Perkembangan Teknologi Digital Pada Sosial Media. *Alphabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi Dan Sosial (Al-Waarits)*, 1(1), 36–45.
- Fadhli, M. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Kelas Iv Sekolah Dasar. *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 24–29. <https://doi.org/10.24269/dpp.v3i1.157>
- Feli Rabilla Putri, Indi Vhatika, Heri Yanto, Nurul Zukhrufa, & Maya Panorama. (2022). Pengaruh Pariwisata Terhadap Petumbuhan Ekonomi di Indonesia Tahun 2019-2021. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 2(1), 195–203. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i1.913>
- Fernandes, F. (2021). *Teknik Pengambilan Video Cinematography Wedding*

*Berkualitas Di Rg Motret Payakumbuh. 4985.*

- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif* (Hasan Sazali (ed.)). Wal Ashri.
- Harahap, S. R. (2021). Hambatan – Hambatan Komunikasi. *Al-Manaj : Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, 1(1), 56–62.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen Dalam Komunikasi. *Al-Idarah*, 5(6), 76–86.
- Herdayati, M. P., & Syahrial, S. T. . (2019). Desain penelitian dan teknik pengumpulan data dalam penelitian. *Jurnal Online Int Nas*, 7.
- Ifroh, R. H., Susanti, R., Permana, L., & Noviasy, R. (2019). Peran Petugas Promosi Kesehatan Dalam Penggunaan Audiovisual Sebagai Media Komunikasi Informasi Dan Edukasi. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 7(2), 281–289.
- Ihhami, R. (2020). Implementasi Pelayanan Konsultasi Perpajakan Pada Mall Pelayanan Publik Kota Bogor. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 10.
- Kabelen, N. W. (2022). Analisis Dramatisasi Shot Video pada Iklan Sampo “Pantene.” *Nirmana*, 22(1), 1–7. <https://doi.org/10.9744/nirmana.22.1.1-7>
- Kadarisman, A. (2019). Peran Generasi Muda dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 92–108. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v11i2.1101>
- Khairani, L., Santoso, P., & Aktar, S. (2021). Penguatan Kapasitas Pengelola Bumdes Mozaik Dalam Pengembangan Pariwisata “ Getek Online ” Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Google My Business. *JMM (Jurnal Masyarakat ...)*, 5(6), 4–12. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5762>
- Lucia, M., Meiwinda, E. R., Kuswanto, J., & Baturaja, U. (2021). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Desa Batu Winangun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS) Universitas Baturaja*, 2(1), 58–63.
- Mahli, M. H. (2011). *Metode Penelitian dalam perspektif ilmu komunikasi dan sastra*. Graha Ilmu.
- Maksudi, I. A. R. dan B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- Muhson, A. (2020). Teknik Analisis Data Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15.
- Noor, M. F. (2018). *Penggunaan Video Promosi Wisata Via YouTube untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Banjarbaru*. 1(1), 1–10.

- Nugroho, S. (2014). *Teknik dasar videografi* (P. Christian (ed.)). Penerbit ANDI.
- Permadi, C. D. K. (2021). Jasa Pembuatan Profil Perusahaan Videografi Dan Editing Di Cv Ririsaci Media. *Fakultas Desain Dan Industri Kreatif Universitas Dinamika*.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2, hal. 31.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.  
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. 18–29.
- Rahardjo, M. (2011). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*. 1, 1–14.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. books.google.com.  
[https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Ntw\\_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metode+penelitian+teknik+pengambilan+video&ots=f2tM3OQt7v&sig=fIR5yw7aW5D5IASNovKYANxKiZ4](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metode+penelitian+teknik+pengambilan+video&ots=f2tM3OQt7v&sig=fIR5yw7aW5D5IASNovKYANxKiZ4)
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Santoso, P. (2016). Konstruksi Sosial Media Massa Puji Santoso Dosen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Al-Balagh*, 1(1), 34.
- Sari, N. K., & Palumpun, Y. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN KAMERA MENGGUNAKAN METODE SIMPLE MULTI ATTRIBUTE RATING TECHNIQUE (SMART) BERBASIS WEB (Studi Kasus: Toko Hunting Jayapura). *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(1), 1–10.
- Sinuhaji, V. V., Siti, N., Siregar, S., & Jamil, B. (2019). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Wisata Bukit Gundaling Berastagi) Marketing Communication Activities of the Karo District Tourism and Culture. *Diterima: 11 Agustus*, 1(2), 105–118.  
<http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jipikom>
- Siregar, M. A. R. (2023). *Penggunaan Teknologi Drone Dalam Monitoring Dan Pengelolaan Lahan Pertanian*. 1–11.
- Siti, R. (2021). PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF (Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). *PANCAWAHANA: Jurnal Studi Islam*, 16(1), 1–13.
- Sofia, L. A., Hidayat, A. S., & Zain, M. A. (2020). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash*, 5(2). <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v5i2.2814>



- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). Penelitian Kualitatif. In *Pengolahan Air Limbah Domestik Individual Atau Semi Komunal*. Pustaka Pelajar.
- Thariq, M., & Anshori, A. (2017). Komunikasi adaptasi mahasiswa indekos. *Jurnal Interaksi*, 1(2), 156–173.  
<http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1201/1194>
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvati, S. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z Di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1.  
<https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.46>
- Wahyudi, Kisman Karinda, & Falimu, F. (2022). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Lauwon. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 59–63.  
<https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.385>
- Wahyuni, N. (2018). Peran Penggunaan Grup Whatsapp Dalam Proses Belajar Mengajar Di Smk Negeri 2 Banjarmasin. *Jurnal Mutakallimin*, 1(2), 19.  
<https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3411/2289>
- Yuliadi, Mahsun, & Adami, M. (2020). Rekayasa Video Profile Sebagai Media Promosi Stmik Syaikh Zainuddin Nw Anjani Menggunakan Teknik Videografi. *Jurnal Informatika, Teknologi Dan Sains*, 2(4), 234–237.  
<https://doi.org/10.51401/jinteks.v2i4.826>
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menulis surat ini agar diwawalkan  
nomen dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> | [M.fisip@umsu.ac.id](mailto:M.fisip@umsu.ac.id) | [fumsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#)

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI**

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

Medan, 22 Juni 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Aidil Citraza  
N P M : 1903160246  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tabungan sks : 138 sks, IP Kumulatif 3,48

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis teknik pengambilan video invest Intourism Aceh tengah sebagai media promosi Pariwisata	 22 Juni 2023
2	Pengaruh branding terhadap keputusan wisatawan dalam memilih olcream hill villa sebagai destinasi liburan keluarga.	
3	Representasi nilai kebudayaan dalam musik video meusyeeuu karya orang hutan squad	

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.

175.19.311

Pemohon

Rekomendasi Ketua Program Studi :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

( Aidil Citraza )

Medan, tgl. 22 Juni 2023

Ketua,

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi Ilmu Komunikasi

( Achyar Anshori S.Sos. M.Kom )  
NIDN : 0127048401

( Dr. Puji Santoso )



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila membaca surat ini agar diketahui nomor dan tanggalnya

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

UMSU Akreditasi 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://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 1104/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **22 Juni 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **AIDIL FITRAZA**  
N P M : 1903110246  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023  
Judul Skripsi : **ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVEST IN TOURISM ACEH TENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA**  
Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 175.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 22 Juni 2024.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 04 Dzulhijjah 1444 H  
23 Juni 2023 M



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan-I

**Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.L.Kom.**  
NIDN. 0111117804



Tembusan:

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





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bisa menjawab sumpit in agar diutamakan nomor dan langgananya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/10/2022  
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](mailto:fslp@umsu.ac.id) | [fumsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#)

Sk-3

**PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 1 Agustus 2023

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 : Aidil Fitriaza  
N P M : 1903110296  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 1107./SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023.. tanggal 27 Juli 2023.. dengan judul sebagai berikut :

"ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVEST IN TOURISM  
ACEH TENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA"

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

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

Mengetahui :

Pembimbing

(P. U. SANTO)

NIDN: 0121096801

Pemohon

(AIDIL FITRAZA)





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 1407/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Rabu, 09 Agustus 2023  
 Waktu : 09.30 WIB s.d. selesai  
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2  
 Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**



**UMSU**  
 Mengajar | Berprestasi | Berkeadilan

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
16	ANDRA ADITYA	1903110241	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS SEMIOTIKA KOMUNIKASI VISUAL PADA IKLAN "ALE-ALE FUN FLAVA"
17	AIDIL FITRAZA	1903110245	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVEST IN TOURISM ACEH TENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
18	PUTRI CINTANI EFFENDI	1903110354	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH MASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI RADIO DIS 93,50 FM TEBING TINGGI DALAM MEMENUHI KEPUASAN PENDENGAR
19	AJENG SYAHRINA NABABAN	1903110127	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TUG, S.Sos., M.AP.	KOMUNIKASI PERUBAHAN SOSIAL BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI SEKITAR LINGKUNGAN PETERNAKAN GUNDALING FARM
20	LILO AKBAR RAISYUNURA	1903110321	Asoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERITAAN BEGAL PADA PORTAL MEDIA TALK

Medan, 21 Muharram 1445 H  
 07 Agustus 2023 M

a.n. Dekan,  
 Wakil Dekan-III  
  
 (Dr. Hj. Yudana Tanjung, M.AP.)





**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 Akreditasi 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://fisip.umsu.ac.id> ✉ [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) 📱 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Aidil Fitriaza

NPM : 1903110246

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Skripsi : ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVESTASI TOURISM  
ALTAH TENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARWISATA

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	22/6-2023	Acc Judul Skripsi	
2.	22/6-2023	Penetapan Pembimbing (Dospem)	
3.	26/6-2023	Bimbingan proposal	
4.	18/7-2023	Revisi proposal	
5.	26/7-2023	ACC proposal	
6.	23/8-2023	Bimbingan Skripsi	
7.	6/9-2023	Bimbingan skripsi	
8.	18/9-2023	Bimbingan skripsi	
9.	18/9-2023	ACC skripsi	

Medan, 18-9-.....2023



(Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)  
NIDN: 003007402

Ketua Program Studi,

(Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom)  
NIDN: 0127098401

Pembimbing,

(Peggy Santoso)  
NIDN: 0121046801



Agensi Kelayakan Malaysia  
Malaysian Qualifications Agency



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UNDANG/HIPANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 2200/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jum'at, 29 Desember 2023  
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
1	BAYU ARDIANSYAH	1803110165	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	OPINI MASYARAKAT MEDAN TERHADAP RENCANA WALIKOTA MEDAN MEREVITALISASI KAWASAN LAPANGAN MERDEKA MENJADI RUANG TERBUKA HIJAU
2	RIKI DARMAWAN	1903110029	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	PERAN HUMAS SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 1 PERCUT SEITUAN DALAM MENJALIN KERJA SAMA DENGAN MITRA
3	MUHAMMAD INDRA FAUZIE	1903110295	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	Dr. LUTFI DASIT, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS DESAIN VISUAL BRANDING KAFE "LITERACY COFFEE"
4	AJENG SYAHRINA NABABAN	1903110127	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos. MAP	KOMUNIKASI PERUBAHAN SOSIAL BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI SEKITAR LINGKUNGAN PETERNAKAN GUNDALING FARM
5	AIDIL FITRAZA	1903110246	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN VIDEO INVEST IN TOURISM ACEH TENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA

Notulis Sidang:

1.

Ditetapkan oleh:  
Rektor  
Prof. Dr. Muhammad Arifin, SH, M.Hum

Ketua  
Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.



Medan, 14 Diumadii Akhir 1444 H  
27 Desember 2023 M

Sekretaris  
[Signature]

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

