

097/S/PM-KCBR/PK.03.08/08/Agustus/2023

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PENGENALAN SANGGAR SENI
TRADISIONAL RARASANTANG ARUM BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar sarjana
pendidikan Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh:

Rahajeng Gusti Ambaran Wangi

1901373

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA

KAMPUS CIBIRU

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2023

LEMBAR HAK CIPTA

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PENGENALAN SANGGAR SENI
TRADISIONAL RARASANTANG ARUM BANDUNG**

Oleh

Rahajeng Gusti Amparan Wangi

1901373

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan
Multimedia

© Rahajeng Gusti Amparan Wangi

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru

Juni, 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Skripsi ini tidak diperkenankan untuk
diperbanyak seluruhnya maupun sebagian, dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau
cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

RAHAJENG GUSTI AMPARAN WANGI

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PENGENALAN SANGGAR SENI
TRADISIONAL RARASANTANG ARUM BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

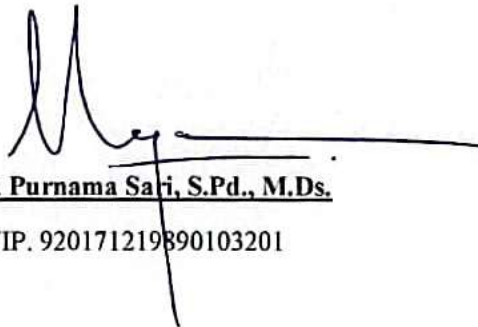
Pembimbing I



Intan Permata Sari, S.ST., M.Ds.

NIP. 920230219890404101

Pembimbing II



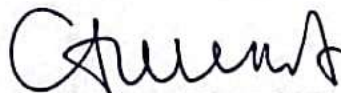
Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds.

NIP. 920171219890103201

Mengetahui,

Ketua Program Studi S-1

Pendidikan Multimedia



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PENGENALAN SANGGAR SENI TRADISIONAL RARASANTANG ARUM BANDUNG**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan masyarakat. Atas pernyataan ini, saya bersedia menanggung resiko/sanksi apabila ditemukannya pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap karya saya dikemudian hari.

Bandung, 2 Juli 2023

Peneliti



Rahajeng Gusti Amparan Wangi

NIM. 1901373

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih peneliti sampaikan sebesar-besarnya atas kehadiran Allah SWT yang atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Video Promosi Pengenalan Sanggar Seni Tradisional Rarasantang Arum Bandung”**. Solawat dan salam peneliti haturkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW.

Peneliti menyampaikan rasa syukur dan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti untuk dapat menyelesaikan jalannya penelitian ini. Tanpa adanya dukungan, bantuan juga bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan tugas akhir ini tidak akan berjalan lancar. Atas kesempatan ini, rasa terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Intan Permata Sari, S.ST., M.Ds., selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa membimbing, memberikan arahan juga memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan;
2. Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds., selaku dosen pembimbing 2 yang juga senantiasa memberikan motivasi, bimbingan serta arahnya dari perancangan media, penulisan, hingga skripsi dapat terselesaikan.
3. Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T., selaku ketua prodi program studi Pendidikan Multimedia;
4. Fahmi Candra Permana, S.Si., MT., selaku wali dosen penulis selama masa perkuliahan pada program studi S-1 Pendidikan Multimedia UPI Kampus Daerah Cibiru;
5. Seluruh dosen program studi S-1 Pendidikan Multimedia UPI Kampus Daerah Cibiru yang telah memberikan ilmu, arahan serta bimbingannya selama masa perkuliahan
6. Nani Tresnani dan Yoyo Sukaryo selaku orangtua tercinta yang telah memberikan dukungan baik moral maupun moril serta doa-doa yang amat sangat tulus sehingga peneliti mampu menyelesaikan karya dan penulisan ini;

7. Kaka tercinta, Putri yang telah sangat membantu peneliti juga memberikan dukungan yang tak terhingga dalam proses perancangan video;
8. Agung, Denmas, Elang, Menak Maulana, Sinta, Dinar, dan Eko selaku kaka serta adik tercinta yang telah sangat membantu pula dalam proses pembuatan media juga memberikan dukungan penuh pada penulis dalam menyelesaikan tulisan ini;
9. Rekan-rekan SMPN 2 Arjawinangun, Destri, Melani, Ica dan Shoutun Hanifa yang telah membantu peneliti pada tahapan *shooting* dan menjadi *talent* untuk video yang peneliti rancang;
10. Sahabat peneliti sejak awal perkuliahan, Lydia, Risma, Wafi, Willy, Sadam, Fauzan, dan Alanna yang telah membersamai peneliti selama menjadi mahasiswa program studi Pendidikan Multimedia;
11. Eden, Farhan, Rian, Esti dan Salsa, sahabat peneliti yang telah secara tulus memberikan dukungan serta motivasi hingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini;
12. Seluruh teman-teman Pendidikan Multimedia Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan untuk peneliti dan membersamai peneliti selama menjadi mahasiswa program studi Pendidikan Multimedia.
13. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Sepenuhnya peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, maka kritik serta saran yang membangun amat sangat peneliti harapkan dari pembaca agar penelitian seanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik lagi.

Bandung, 4 Juli 2023

Peneliti



Rahajeng Gusti Amparan Wangi

NIM. 1901373

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PENGENALAN SANGGAR SENI TRADISIONAL RARASANTANG ARUM BANDUNG

RAHAJENG GUSTI AMPARAN WANGI

NIM. 1901373

ABSTRAK

Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung merupakan tempat untuk mempelajari kesenian tradisional seperti tari tradisional, musik tradisional, dan wayang golek yang terletak di Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Permasalahan yang ditemukan adalah terkait dengan penurunan grafik anggota Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung yang terus menurun akibat *pandemic* yang terjadi awal tahun 2020. Sanggar ini merasa perlu untuk membuat sebuah media promosi untuk dapat mengembalikan kondisi dan mengaktifkan kembali kegiatan sanggar seperti sebelum pandemi. Tujuan penelitian ini adalah merancang video promosi Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung untuk memperkenalkan kesenian yang ada di sanggar tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Practice Led Research* yang dimana akan berfokus pada perancangan atau penciptaan karya yang terdiri dari 4 tahapan di antaranya, tahap persiapan; lalu tahap mengimajinasi; tahap pengembangan imajinasi; tahap pengerjaan; dan hasil karya yang terbagi menjadi distribusi dan apresiasi. Hasil dari penelitian ini adalah terciptanya video promosi Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung yang didistribusikan melalui *channel youtube* Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung yang kemudian mendapatkan apresiasi dari masyarakat berupa *like* sebanyak 169 dan komentar sebanyak 57 dengan penonton berjumlah 914. Kesimpulan penelitian ini adalah video promosi Pengenalan Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung ini berhasil memperkenalkan juga menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Kata kunci: Videografi, Video Promosi, Sanggar Seni Rarasantang Arum Bandung

**DESIGN OF A PROMOTIONAL VIDEO FOR THE INTRODUCTION OF
RARASANTANG ARUM BANDUNG TRADITIONAL ARTS STUDIO**

RAHAJENG GUSTI AMPARAN WANGI

NIM. 1901373

ABSTRACT

Rarasantang Arum Bandung is a place to study traditional arts such as traditional dance, music, and wayang golek. It is located in Cirebon Regency, West Java. The problem found was related to the decline in the graph of the members of the Rarasantang Arum Bandung Art Studio, which continued to decline due to the pandemic that occurred in early 2020. This studio felt the need to create a promotional medium to be able to restore conditions and reactivate the studio's activities as before the pandemic. The purpose of this study was to design a promotional video for the Rarasantang Arum Bandung to introduce the arts in the studio. The method used is practice-led research, which focus on designing or creating works consisting of four stages: the preparation stage; the imagination stage; the imagination development stage; the processing stage; and the works, which are divided into distribution and appreciation. The result of this study was the creation of a promotional video for the Rarasantang Arum Bandung Art Studio, which was distributed through the Rarasantang Arum Bandung Bandung YouTube channel and later received appreciation from the public in the form of 169 likes and 57 comments from 914 viewers. The conclusion of this research is the promotional video Introduction to the Studio. The art of Rarasantang Arum Bandung succeeded in introducing and conveying information to the public.

Keywords: Videography, Promotional Video, Rarasantang Arum Bandung Art Studio

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR HAK CIPTA	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Video	9
2.1.1 Videografi.....	9
2.2 Media Promosi.....	18
2.2.1 Video Promosi	19
2.3 Unsur dan Prinsip Desain	20
2.4 Sanggar Seni	24
2.4.1 Sanggar Rarasantang Arum Bandung	24
2.5 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.1 Tahap Persiapan.....	31
3.2.2 Tahap Mengimajinasi	32
3.2.3 Tahap Pengembangan Imajinasi.....	32

3.2.4 Tahap Pengerjaan	33
3.2.5 Hasil Karya	33
3.3 Partisipan dan Tempat Penelitian	33
3.4 Analisis Data	34
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Tahap Persiapan.....	35
4.2 Tahap Mengimajinasi	37
4.3 Tahap Pengembangan Imajinasi.....	50
4.4 Tahap Pengerjaan	55
4.5 Hasil Karya.....	74
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi.....	86
5.3 Rekomendasi	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Eye Level</i>	10
Gambar 2. 2 <i>Low Angle</i>	10
Gambar 2. 3 <i>High Angle</i>	11
Gambar 2. 4 <i>Over Shoulder Shot</i>	11
Gambar 2. 5 <i>Bird Eye View</i>	12
Gambar 2. 6 <i>Medium Close Up</i>	13
Gambar 2. 7 <i>Medium Shot</i>	13
Gambar 2. 8 <i>CloseUp</i>	14
Gambar 2. 9 <i>Big Close Up</i>	14
Gambar 2. 10 <i>Full Shot</i>	15
Gambar 2. 11 <i>Long Shot</i>	16
Gambar 2. 12 <i>Medium Long Shot</i>	16
Gambar 2. 13 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Wawancara	32
Gambar 4. 2 Kamera Canon EOS 100d	46
Gambar 4. 3 Lensa Kit 18-135mm is STM.....	47
Gambar 4. 4 <i>Shooting</i> tahap 1	48
Gambar 4. 5 <i>Shooting</i> tahap 2	49
Gambar 4. 6 <i>Shooting</i> tahap 3	49
Gambar 4. 7 Pemilihan <i>Footage</i>	52
Gambar 4. 8 <i>Mixing</i>	53
Gambar 4. 9 Signeton <i>Font</i>	67
Gambar 4. 10 Safira <i>Font</i>	67
Gambar 4. 11 Rubik <i>Font</i>	68
Gambar 4. 12 Penambahan Subtitle	68
Gambar 4. 13 Arial <i>Font</i>	69
Gambar 4. 14 Lembar Kerja.....	70
Gambar 4. 15 <i>Recording</i>	71
Gambar 4. 16 <i>Balancing</i>	71

Gambar 4. 17 <i>Mixing</i>	72
Gambar 4. 18 <i>Mastering</i>	72
Gambar 4. 19 <i>Barcode</i> Hasil Karya	78
Gambar 4. 20 Distribusi Youtube	80
Gambar 4. 21 Distribusi Instagram	80
Gambar 4. 22 Distribusi Guru Seni Budaya Kabupaten Cirebon	80
Gambar 4. 23 Apresiasi 1	81
Gambar 4. 24 Apresiasi 2.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	31
Tabel 4. 2 <i>Storyline</i> dan narasi	34
Tabel 4. 3 Tim Produksi.....	38
Tabel 4. 4 <i>Storyboard</i>	40
Tabel 4. 5 Sarana produksi.....	47
Tabel 4. 6 Perekaman Audio.....	50
Tabel 4. 7 Transisi.....	53
Tabel 4. 8 <i>Speed</i>	55
Tabel 4. 9 <i>Color Correction</i>	61
Tabel 5. 1 Hasil Produksi	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing.....	90
Lampiran 2. SK Sanggar (Surat Izin Usaha Kebudayaan).....	93
Lampiran 3. SK Sanggar (Surat Izin Usaha).....	94
Lampiran 4. SK Sanggar (SPPL)	97
Lampiran 5. Hasil Kuesioner	98
Lampiran 6. Catatan Wawancara Observasi	101
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian.....	102

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika, A. (2019). Penggunaan video promosi wisata melalui *youtube* untuk meningkatkan daya tarik wisatawan ke provinsi Kalimantan Selatan. *Mutakallimin; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26-30
- Arisyi, D. F. (2022). Penerapan analisis SWOT sebagai strategi pengembangan budaya pada sanggar seni tuah sakato kota Padang. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 8(1), 53–64.
- Baksin, A. (2009). Videografi (aplikasinya untuk berita, film, video klip, dan perkawinan). *Widya Padjajaran*.
- Carina, R. (2019). Penggunaan huruf dekoratif dalam tipografi kinetis. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 4(1), 17–32.
- Chen, X., dan Liu, Y. (2023). *Influencing factors of young people's short video switching behaviour based on grounded theory*. *Electronic Library*.
- Desintha, S., Ayu, I. K., et al., (2020). Unsur visual kemasan *granola creations*. *Visualita*, 8(2), 89–95.
- Dwi Saputri, R., dan Syarifah. (2021). Video profil sebagai sarana promosi memajukan wisata alam kali biru dan peningkatan ekonomi masyarakat. *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 21(2), 89–98.
- Erlyana, Y., dan Hansen, H. (2021). Pelatihan fotografi dan videografi secara virtual dalam peningkatan kemampuan diri pada *pandemic covid-19*. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(1), 47–54.
- Fadhallah, R. A. (2021). Wawancara. *UNJ Press*.
- Faeni, D. P., Puspitaningtyas Faeni, R., et al.,. (2023). *The COVID-19 pandemic impact on the global tourism industry SMEs: a human capital development perspective*. *Review of International Business and Strategy*, 33(2), 317–327.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., et al., (2022). Metodologi penelitian kualitatif. *Get Press*.
- Hendriyana, H., (2022). Metodologi penelitian penciptaan karya *practice-led research and practice-based research* seni rupa, kriya, dan desain–edisi revisi. *Penerbit Andi*.
- Hartadi, Made et al., (202). Warna dan prinsip desain *user interface (UI)* dalam aplikasi seluler “bukaloka”. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 5 (1), 105-119.
- Kusnadi. 2018. Dasar desain grafis. *Edu Publisher*
- Made, I., Radithya Kanta, D., et al. (2022). Analisis tipografi pada logo *sprite*. *Journal of Reasoning Research*, 01(02), 130–134.
- Rahajeng Gusti Amparan Wangi, 2023
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PENGENALAN SANGGAR SENI TRADISIONAL RARASANTANG ARUM BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Moleong, L. J., (2004). Metodologi penelitian. *Penerbit Remaja Rosdakarya*
- Mulyana, M. (2019). Strategi promosi dan komunikasi. *Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*. 57-63
- Murianto (2019). Promosi sanggar seni sasak dharmayasa dalam industri pariwisata. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 8(1), 9-18.
- Nathan, O. R., et al., (2020). Problematika videographer dalam meningkatkan kualitas *cinematography wedding* di aghesa *photography*. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(1). 203-16
- Novi, K., Pratiwi, K., et al., (2020). Perancangan video promosi perahu wisata di pantai penimbangan, Singaraja, Bali. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 10(2), 103–112.
- Nurrita, T. (2018). Pengembangan media pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar siswa. *Jurnal misykat*, 3(1), 171-187.
- Nur Robbi, J., dan Prasetyaningsih, S. (2022). Implementasi dan analisis color grading terhadap emosi penonton pada video wedding “Afra dan Septian.” *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 13(1), 33-44.
- Panduraja Siburian, B., Nurhasanah, L., et al., (2021). Pengaruh globalisasi terhadap minat generasi muda dalam melestarikan kesenian tradisional Indonesia. *Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*, 10(2), 31-39.
- Panegak, M. S., dan Kusumandyoko, T. C. (2021). Perancangan video promosi batik desa Sendangduwur kabupaten Lamongan. *Jurnal Barik*, 2(3), 229–242.
- Puspitarini, D. S., dan Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi (studi deskriptif pada *happy go lucky house*). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Redintan Justin, M., Moussadecq, A., et al., (2023). Iklan layanan masyarakat sebagai media kampanye sosial bahaya adiksi *game online*. *Jurnal Seni Rupa*, 12(01), 48-55.
- Saputra, B. A., dan Wijaksono, D. S. (2022). Representasi *toxic relationship* dalam *film a perfect fit representation of toxic relationship in a perfect fit film*. *Proceedings of Management*, 9(4), 2559-2564.
- Scaioli, G., Bert, F., et al., (2018). *Advertisement of electronic cigarettes in Italy: Characteristics of online videos and the most popular promotional messages*. *Health Education Research*, 33(6), 473–480.
- Setya Kusuma, S., Hamdani, D., et al., (2020). Pendampingan dan pembuatan video *profile* untuk promosi wisata desa Cisantana kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(02), 81-88.
- Silalahi, M. L. (2022). Inovasi pengembangan promosi produk seni unggulan sanggar tari wan sendari Batam. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 8(2), 123–137.

- Solihah, T. (2020). Perancangan animasi interaktif lingkungan alam dan buatan menggunakan video motion. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 4(2), 105-111.
- Vahreza, A., dan Jasjfi, E. F. (2020). Kesan multiperspektif sinematografi dalam teknik pengambilan gambar film “birdman.” *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 1.
- Valentino, D. E., dan Hardiansyah, M. J. (2020). Perancangan video company profile pada hotel de java Bandung. *TEMATIK*, 7(1), 1-20.
- Wahyono, W., dan Hutahayan, B. (2020). *Performance art strategy for tourism SEGMENation: (a silat movement of Minangkabau ethnic group) in the event of tourism performance improvement. Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 643–659.
- Widjaja, C. (2008). Kamera dan video editing: cara membuat video mulai pembuatan cerita, penggunaan kamera, dan edit dengan *adobe premiere pro*. Widjaja.
- Wood, N. (2014). *Silent witness, using video to record and transmit tacit knowledge in creative practices*. 56-69
- Zanuarwan, B., dan Guchy, P. (2014). Perancangan video promosi pencak silat setia hati organisasi. *Jurnal Integrasi*, 6(1), 36–40.
- Zoebazary, M. I. (2013). Kamus istilah televisi & film. *Gramedia Pustaka Utama*.