

**ANALISIS TEKNIK VIDEOGRAFI PADA IKLAN KUKU BIMA ENERGI
VERSI DARI MATA SANG GARUDA (*COVER BY MAHALINI*) SEBAGAI
MEDIA PENGENALAN KEBUDAYAAN INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan,
Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh:

Bella Iswara
NIM 1804715

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA
KAMPUS UPI DI CIBIRU
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022**

BELLA ISWARA, 2022

*ANALISIS TEKNIK VIDEOGRAFI PADA IKLAN KUKU BIMA ENERGI VERSI DARI MATA SANG GARUDA
(*COVER BY MAHALINI*) SEBAGAI MEDIA PENGENALAN KEBUDAYAAN INDONESIA*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Analisis Teknik Videografi pada Iklan Kuku Bima Energi Versi dari Mata
Sang Garuda (*Cover By Mahalini*) sebagai Media
Pengenalan Kebudayaan Indonesia**

Oleh:

Bella Iswara

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia
Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru

© Bella Iswara

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang. Skripsi ini tidak boleh diperbanyak
seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya
tanpa izin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Teknik Videografi pada Iklan Kuku Bima Energi Versi dari Mata Sang Garuda (*Cover By Mahalini*) sebagai Media Pengenalan Kebudayaan Indonesia

SKRIPSI PENELITIAN

Oleh :

Bella Iswara

1804715

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

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

NIP. 920171219890103201

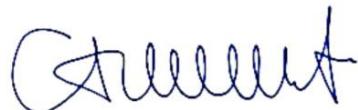
Pembimbing II

Djan Rinjani, S.Pd., M.Ds.

NIP. 920171219860906201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia



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

NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bella Iswara

NIM : 1804715

Program Studi : Pendidikan Multimedia

Judul Skripsi : ANALISIS TEKNIK VIDEOGRAFI PADA IKLAN KUKU
BIMA ENERGI VERSI DARI MATA SANG GARUDA
(*COVER BY MAHALINI*) SEBAGAI MEDIA PENGENALAN
KEBUDAYAAN INDONESIA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Teknik Videografi pada Iklan Kuku Bima Energi Versi dari Mata Sang Garuda (*Cover By Mahalini*) sebagai Media Pengenalan Kebudayaan Indonesia" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 12 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Bella Iswara

NIM. 1804715

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**ANALISIS TEKNIK VIDEOGRAFI PADA IKLAN KUKU BIMA ENERGI VERSI DARI MATA SANG GARUDA (COVER BY MAHALINI) SEBAGAI MEDIA PENGENALAN KEBUDAYAAN INDONESIA**” dengan baik tanpa suatu halangan yang berarti. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akhir memperoleh gelar sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Multimedia, Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing, membantu, dan mendoakan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai, yaitu kepada:

1. Ibu Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds. Selaku dosen pembimbing I skripsi, terima kasih atas kesabaran dan telah meluangkan waktu dalam membimbing penulis, memberikan dukungan dan motivasi serta bantuannya yang tulus kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. Selaku dosen pembimbing II skripsi dan dosen wali akademik, terima kasih atas kesabaran dan telah meluangkan waktu dalam membimbing penulis, memberikan dukungan dan motivasi serta bantuannya yang tulus kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. Selaku Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru.
4. Seluruh dosen dan seluruh tenaga kependidikan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Pendidikan Multimedia.
5. Kedua orang tua, Ayahanda Paiman dan Ibunda Cahyani Setiawati, S.Pd., serta saudara-saudara penulis, kakak Bagaswara, S.Si., adik-adik Boedja Swara,

Banyu Swara dan Bhima Swara yang saya cintai dan banggakan. Terima kasih selalu memberikan dorongan berupa dukungan material dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat pada waktunya.

6. Sahabat seperjuangan, Fadhilah Nuzul Aini yang menemani masa-masa akhir perkuliahan dan senantiasa membantu, menemani, memberikan semangat, mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat penulis tercinta, Alifia Angga Saputri yang selalu memberikan semangat ketika penulis berada di Bekasi maupun di Bandung.
8. Sahabat penulis tercinta, Putri Amanda S, Suci Anugrah, Trevy Mayrin yang selalu ada dalam setiap perjalanan menuju kesuksesan. Aku menyayangi kalian!
9. Teman-teman seperjuangan di masa perkuliahan, Sekar Nurul, Lingga Anggaini, Sry Retnayu, Ananda Prasetyani, Putriana Aulia, Azmi Fauziah, Ajeng Giri Anjani, Annisa Puspita, Shanty Widi Yanti, Hertanti Nova, Refia Lia Nisa, Nuha Cikal, Salmatus Sauda, yang selalu hadir disetiap moment.
10. Terima kasih untuk teman-teman mahasiswa Program Studi Pendidikan Multimedia angkatan 2018 yang telah berjuang dan mampu bertahan bersama melewati masa-masa perkuliahan yang sangat berkesan bagi penulis.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga kebaikan yang diberikan mendapat imbalan serta kemudahan dalam melaksanakan aktivitas hidup di dunia ini sekaligus pahala yang setimpal dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, sehingga sangat diperlukan saran dan kritik dari pembaca agar menjadi lebih baik. Mohon maaf jika ada salah baik kata maupun penulisan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, 12 Juli 2022



Bella Iswara

Penulis

ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah membawa banyak perubahan pada dunia industri kreatif salah satunya pada dunia periklanan di Indonesia. Untuk menjadikan sebuah video iklan menarik, perlu mengemas konsep iklan dengan unik dan memperhatikan teknik videografi yang tepat. Minuman berenergi Kuku Bima Energi meluncurkan iklan terbarunya yang berkolaborasi dengan Allfy Rev dan Dewatlantis Studio yang memiliki konsep iklan yang unik namun tidak menghilangkan ciri khas mereka yaitu mengusung tema kebudayaan Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan teknik videografi yang meliputi teknik pengambilan kamera video dan teknik pergerakan kamera pada sebuah iklan video yang memperkenalkan kebudayaan Indonesia didalamnya. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menjabarkan hasil dari analisis yang didapatkan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini yaitu iklan tersebut dominan mengaplikasikan sudut pengambilan gambar *normal angle*, ukuran *shot* video *long shot* dan *group shot*, komposisi *rule of third*, dan pergerakan kamera *zooming*. Serta menggunakan teknik videografi *A-Roll* dan *B-Roll*. Editing video dalam iklan ini menggunakan teknologi CGI, dan VFX. Dalam video Allfy Rev dan Dewatlantis Studio ini menunjukkan adanya 19 kebudayaan Indonesia yang diperkenalkan yaitu 3 dari pulau Sumatera, 4 dari pulau Jawa, 8 dari kepulauan Nusa Tenggara, 2 dari pulau Kalimantan, 1 dari pulau Sulawesi, dan 1 dari pulau Papua. Video iklan ini unik dan menarik karena menggunakan teknik videografi yang tepat dan penyampaian kebudayaan Indonesia disampaikan dengan baik melalui para *talent* asli Indonesia, seperti *talent* aktor Fero Walandouw dan *talent* penyanyi Mahalini sebagai pengisi *audio* dalam iklan tersebut.

Kata kunci : Teknik Videografi, Video Iklan, Kebudayaan Indonesia.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Struktur Organisasi Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Iklan Video Kuku Bima Energi Versi dari Mata Sang Garuda (<i>Cover By Mahalini</i>)	7
2.1.2 Videografi	8
2.1.3 Teknik Videografi	8
2.1.4 Kebudayaan Indonesia	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Posisi Penelitian	23
2.4 Kerangka Berpikir	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3 Analisis Teknik Videografi	26
3.4 Analisis Unsur Kebudayaan.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Teknik Videografi	30
4.2 Unsur Kebudayaan Indonesia.....	70
4.3 Hasil Analisis Teknik Videografi.....	90
4.4 Hasil Analisis Unsur Kebudayaan	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Iklan Video Pembanding.....	2
Tabel 3. 1 Tabel Analisis Teknik Videografi Pengambilan Kamera Video	27
Tabel 3. 2 Tabel Analisis Teknik Videografi Pergerakan Kamera	28
Tabel 3. 3 Tabel Analisis Unsur Kebudayaan.....	29
Tabel 4. 1 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #1</i>	30
Tabel 4. 2 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #1</i>	31
Tabel 4. 3 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #2</i>	32
Tabel 4. 4 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #2</i>	32
Tabel 4. 5 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #3</i>	33
Tabel 4. 6 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #3</i>	33
Tabel 4. 7 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #4</i>	34
Tabel 4. 8 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #4</i>	34
Tabel 4. 9 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #5</i>	35
Tabel 4. 10 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #5</i>	35
Tabel 4. 11 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #6</i>	36
Tabel 4. 12 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #6</i>	36
Tabel 4. 13 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #7</i>	37
Tabel 4. 14 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #7</i>	37
Tabel 4. 15 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #8</i>	38
Tabel 4. 16 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #8</i>	38
Tabel 4. 17 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #9</i>	39
Tabel 4. 18 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #9</i>	39
Tabel 4. 19 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #10</i>	40
Tabel 4. 20 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #10</i>	40
Tabel 4. 21 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #11</i>	41
Tabel 4. 22 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #11</i>	41
Tabel 4. 23 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #12</i>	42

Tabel 4. 24 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #12</i>	42
Tabel 4. 25 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #16</i>	43
Tabel 4. 26 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #16</i>	43
Tabel 4. 27 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #17</i>	44
Tabel 4. 28 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #17</i>	44
Tabel 4. 29 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #18</i>	45
Tabel 4. 30 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #18</i>	45
Tabel 4. 31 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #19</i>	46
Tabel 4. 32 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #19</i>	46
Tabel 4. 33 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #20</i>	47
Tabel 4. 34 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #20</i>	47
Tabel 4. 35 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #21</i>	48
Tabel 4. 36 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #21</i>	48
Tabel 4. 37 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #22</i>	49
Tabel 4. 38 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #22</i>	49
Tabel 4. 39 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #23</i>	50
Tabel 4. 40 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #23</i>	50
Tabel 4. 41 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #24</i>	51
Tabel 4. 42 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #24</i>	51
Tabel 4. 43 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #25</i>	52
Tabel 4. 44 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #25</i>	52
Tabel 4. 45 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #26</i>	53
Tabel 4. 46 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #26</i>	53
Tabel 4. 47 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #27</i>	54
Tabel 4. 48 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #27</i>	54
Tabel 4. 49 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #28</i>	55
Tabel 4. 50 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #28</i>	55
Tabel 4. 51 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #29</i>	56
Tabel 4. 52 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #29</i>	56

Tabel 4. 53 Teknik Pengambilan Kamera Video <i>Shot #30</i>	57
Tabel 4. 54 Teknik Pergerakan Kamera <i>Shot #30</i>	57
Tabel 4. 55 Teknik A-Roll	58
Tabel 4. 56 Teknik B-Roll	59
Tabel 4. 57 Teknik Editing Video.....	65
Tabel 4. 58 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #1</i>	71
Tabel 4. 59 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #2</i>	73
Tabel 4. 60 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #3</i>	78
Tabel 4. 61 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #7</i>	79
Tabel 4. 62 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #12</i>	81
Tabel 4. 63 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #18</i>	83
Tabel 4. 64 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #21</i>	84
Tabel 4. 65 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #23</i>	85
Tabel 4. 66 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #24</i>	86
Tabel 4. 67 Analisis Unsur Kebudayaan <i>Shot #30</i>	87
Tabel 4. 68 Hasil Analisis Teknik Pengambilan Kamera Video	90
Tabel 4. 69 Hasil Analisis Teknik Pergerakan Kamera	93
Tabel 4. 70 Hasil Analisis Teknik A-Roll & B-Roll.....	94
Tabel 4. 71 Hasil Analisis Unsur Kebudayaan	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Low Angle</i>	9
Gambar 2. 2 <i>High Angle</i>	9
Gambar 2. 3 <i>Canted Angle</i>	9
Gambar 2. 4 <i>Point of View</i> atau <i>Over Shoulder Shot</i>	10
Gambar 2. 5 <i>Extreme Close Up</i>	11
Gambar 2. 6 <i>Medium Close Up</i>	11
Gambar 2. 7 <i>Medium Shot</i>	12
Gambar 2. 8 <i>Big Close Up</i>	12
Gambar 2. 9 <i>Close Up</i>	12
Gambar 2. 10 <i>Knee Shot</i>	13
Gambar 2. 11 <i>Full Shot</i>	13
Gambar 2. 12 <i>Long Shot</i>	14
Gambar 2. 13 <i>Medium Long Shot</i>	14
Gambar 2. 14 <i>Extreme Long Shot</i>	14
Gambar 2. 15 <i>Group Shot</i>	15
Gambar 2. 16 <i>Golden Mean Rule of Third</i>	15
Gambar 2. 17 <i>Golden Ratio</i>	15
Gambar 2. 18 <i>Panning</i>	16
Gambar 2. 19 <i>Tilting</i>	17
Gambar 2. 20 <i>Tracking</i>	17
Gambar 2. 21 <i>Zooming</i>	17
Gambar 2. 22 <i>Arching</i>	18
Gambar 2. 23 <i>Crane</i>	18
Gambar 2. 24 <i>Crabbing</i>	18
Gambar 2. 25 Posisi Penelitian	23
Gambar 2. 26 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4. 1 <i>Shot #1</i> (menit 00.00.02).....	30

Gambar 4. 2 <i>Shot #2</i> (menit 00.00.05).....	32
Gambar 4. 3 <i>Shot #3</i> (menit 00.00.07).....	33
Gambar 4. 4 <i>Shot #4</i> (menit 00.00.09).....	34
Gambar 4. 5 <i>Shot #5</i> (menit 00.00.11).....	35
Gambar 4. 6 <i>Shot #6</i> (menit 00.00.14).....	36
Gambar 4. 7 <i>Shot #7</i> (menit 00.00.15).....	37
Gambar 4. 8 <i>Shot #8</i> (menit 00.00.17).....	38
Gambar 4. 9 <i>Shot #9</i> (menit 00.00.18).....	39
Gambar 4. 10 <i>Shot #10</i> (menit 00.00.19).....	40
Gambar 4. 11 <i>Shot #11</i> (menit 00.00.22).....	41
Gambar 4. 12 <i>Shot #12</i> (menit 00.00.24).....	42
Gambar 4. 13 <i>Shot #16</i> (menit 00.00.33).....	43
Gambar 4. 14 <i>Shot #17</i> (menit 00.00.34).....	44
Gambar 4. 15 <i>Shot #18</i> (menit 00.00.36).....	45
Gambar 4. 16 <i>Shot #19</i> (menit 00.00.37).....	46
Gambar 4. 17 <i>Shot #20</i> (menit 00.00.39).....	47
Gambar 4. 18 <i>Shot #21</i> (menit 00.00.40).....	48
Gambar 4. 19 <i>Shot #22</i> (menit 00.00.42).....	49
Gambar 4. 20 <i>Shot #23</i> (menit 00.00.43).....	50
Gambar 4. 21 <i>Shot #24</i> (menit 00.00.46).....	51
Gambar 4. 22 <i>Shot #25</i> (menit 00.00.48).....	52
Gambar 4. 23 <i>Shot #26</i> (menit 00.00.50).....	53
Gambar 4. 24 <i>Shot #27</i> (menit 00.00.52).....	54
Gambar 4. 25 <i>Shot #28</i> (menit 00.00.53).....	55
Gambar 4. 26 <i>Shot #29</i> (menit 00.00.54).....	56
Gambar 4. 27 <i>Shot #30</i> (menit 00.00.56).....	57
Gambar 4. 28 <i>Shot #1</i> (menit 00.00.02).....	71
Gambar 4. 29 <i>Shot #2</i> (menit 00.00.05).....	73
Gambar 4. 30 <i>Shot #3</i> (menit 00.00.07).....	78

Gambar 4. 31 <i>Shot #7</i> (menit 00.00.15).....	79
Gambar 4. 32 <i>Shot #12</i> (menit 00.00.24).....	81
Gambar 4. 33 <i>Shot #18</i> (menit 00.00.36).....	83
Gambar 4. 34 <i>Shot #21</i> (menit 00.00.40).....	84
Gambar 4. 35 <i>Shot #23</i> (menit 00.00.43).....	85
Gambar 4. 36 <i>Shot #24</i> (menit 00.00.46).....	86
Gambar 4. 37 <i>Shot #30</i> (menit 00.00.56).....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Glosarium	105
Lampiran 2. SK Pengangkatan Dosen Pembimbing	111
Lampiran 3. Biodata Peneliti.....	112

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, M., & Yulyianto, S. (2019). *Videografi*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Ammonita, Kyla Cynara Azalia Thalita. (2017). *Pesan Nasionalisme Pada Iklan Layanan Masyarakat (Analisis Isi pada Iklan "Karya Indonesia Adalah Kita")*. Other thesis, University of Muhammadiyah Malang.
- Aufi. (2021). Diakses pada 28 Februari 2022 dari, <https://www.cermati.com/artikel/7-tips-sukses-memasarkan-produk-jualan-lewat-youtube>.
- Bogdan dan Taylor. (2010). J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
doi: 10.36982/JSDB.V5I1.1456.
- Fachrozy, A. and Wahyuni, S. (2020). Penerapan Sinematografi Pada Penciptaan Film Fiksi Berjudul “Juara”. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain*, 1(1), pp. 353–362. Available at: <https://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FSD/article/view/729> (Accessed: 2 November 2021).
- Fesi, W. G. (2016). *Analisis Teknik Videografi Pada Iklan OLX Versi Mahasiswa Tingkat Akhir Dari Segi Teknik Dasar Videografi*. Skripsi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro.
- Fitinline. (2013). *Fitinline*. [Online]
Available at: <https://fitinline.com/article/read/keunikan-kain-tenun-ntt/> [Accessed 23 June 2022].
- Hadi, A.P. (2021). VISUAL EFFECTS DALAM FILM & ANIMASI. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, penerbit.stekom.ac.id,
<https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/254>

- Hajar, A. (2015). *Kelas Fotografi*. [Online]
 Available at: <https://www.kelasfotografi.com/2015/02/mengenal-macam-macam-teknik-pengambilan.html>
 [Accessed 19 June 2022].
- Halim, B. and Yulius, Y. (2021). Hubungan Peletakan Kamera (Angle) dalam Iklan Berbentuk Video, *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 5(1).
- Harun, A. (2021). Analisis iklan video hari raya Petronas “Pulang ke ke pangkuan ibunda.” *International Journal of Art and Design (IJAD)*, 4(2), 8–18.
- Hidayah, Z. (2015). *Ensiklopedi Suku Bangsa di Indonesia*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Ikram, Achadiati, dkk. (2009). *Sejarah Kebudayaan Indonesia: Bahasa, Sastra dan Aksara*. Ed. 1. Cet. 1. Ed. Jakarta: Rajawali Press.
- Iskandar, M., Djafar, H., & Setiawan, A. (2009). *Sejarah Kebudayaan Indonesia Sistem Pengetahuan*. Ed. 1. Cet. 1. Ed. Jakarta: Rajawali Press.
- Kluckhohn, C. (1953). “Universal Categories of Culture”. *Anthropology Today*. A.L. Kroeber (Ed.). Chicago: University Press: p. 507-523.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Revisi 2009 ed. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kolly, A. S. (2013). Indonesia dalam Iklan Kuku Bima Energi Versi Flores, Nusa Tenggara Timur di Media Televisi. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 38–52.
- Kosala, J. C. G. (2018). *Analisis Teknik Pergerakan Kamera pada Film Bergenre Action Fast and Furious 7*. (Doctoral dissertation, FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN).
- Kurnia, A. & Sihabudin, A. (2010). *Saatnya Baduy Bicara*. Cetakan 1 ed. Jakarta: Bumi Aksara.
- Leliana Sari, D. A. P. (2018). Perkembangan Trend Kamen Wanita Di Bali. *Segara Widya: Jurnal Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 6(2).
<https://doi.org/10.31091/sw.v6i2.554>

- Mahendra, A. T. and Anam, C. (2020). Konsep Desain Tas Modular Fotografi Dan Videografi', *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri dan Arsitektur*, 7(2). doi: 10.46964/JKDPIA.V7I2.53.
- Mahendra, R., Trisnadoli, A. and Nugroho, E. S. (2018). Implementasi Teknik Sinematografi dalam Pembuatan Film Animasi 3D Cerita Rakyat "Batu Belah Batu Betangkup", *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 2(2), pp. 578–583. doi: 10.29207/RESTI.V2I2.483.
- Marthala, A. E. (2013). *Rumah Gadang*. Bandung: Humaniora.
- Mulyana, Deddy dan Jalaluddin Rakhmat. (1990). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mundardjito., Rudito, B., Tanudirdjo, D.A., & Pradjoko, D. (2009). *Sejarah Kebudayaan Indonesia Sistem Teknologi*. Ed. 1. Cet. 1. Ed. Jakarta: Rajawali Press.
- Nawawi, & Martini. (2015, 09 27). Guru Pendidikan. Retrieved 04 29, 2016, from Observasi Menurut Para Ahli: <http://www.gurupendidikan.com/14-pengertian-observasi-menurut-para-ahli-terbaru/>
- Negara, DA (2012). Makna tata busana tari gandrung Banyuwangi. *Jurnal Seni dan Desain*, academia.edu.
- Novia. (2021). Diakses pada 1 Maret 2022 dari, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5567268/contoh-iklan-jenis-dan-media-yang-digunakan-untuk-membuatnya>.
- Nurfebiaraning, S. (2016). Strategi Kreatif Pesan Video Advertising "OREO Penuh Keajaiban" Pada Youtube. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4(1), pp. 35–46. doi: 10.12928/channel.v4i1.4205.
- Nyoman, DI. (2017). *Kosmologi Desain Produk Pada Pakaian Adat Ke Pura di Bali*., repo.isi-dps.ac.id, <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/2394>
- Permana, Rahadian R. (2015). Perancangan Fotografi Desain Pelestarian Kebudayaan Tari Populer di Jawa dalam Media Coffee Table Book. *Jurnal UNS*.

- Sari, M. P., & Hidayatulloh, A. R. (2020). Pengenalan Kebudayaan Indonesia melalui Fotografi pada Akun Instagram ‘KWODOKIJO.’. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i2, 27460>.
- Satyady, R., Sari, N., & Rahmah, P.D. (2019). *Tata Kamera*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sodikin, R. P. (2022). *Portal Majalengka*. [Online]
Available at: <https://portalmajalengka.pikiran-rakyat.com/khazanah/pr-834571508/tradisi-munggahan-dan-bersih-bersih-menjelang-puasa-kawalu-suku-baduy-luar-banten>
[Accessed 15 June 2022].
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati, S., & Girsang, L. R. (2018). Konstruksi Pesan Tari ‘Kecak’ Pada Masyarakat Badung, Bali. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(01), 064–082. <https://doi.org/10.30813/BRICOLAGE.V4I01.1653>
- Suyanto, M. (2005) *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi. Available at:
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=520124> (Accessed: 2 November 2021).
- Tracy, M. (2018). *pegipegi.com*. [Online]
Available at: <https://www.pegipegi.com/travel/sejarah-dan-asal-usul-tari-kecak-bali-yang-penuh-pesan-moral/>
[Accessed 21 Juni 2022].
- Turangan, L., Willyanto, & Fadhilla, R. (2015). *Seni Budaya & Warisan Indonesia "Arsitektur"*. Jakarta: PT. Aku Bisa.
- Turangan, L., Willyanto, & Fadhilla, R. (2015). *Seni Budaya dan Warisan Indonesia "Manusia dan Lingkungan Budaya"*. Jakarta: PT. Aku Bisa.
- Utami, S. N. (2021). *Kompas.com*. [Online]
Available at:

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/23/100000669/jenis-jenis-teknik-pengambilan-gambar>
[Accessed 27 June 2022].

Welianto, A. (2021). *Kompas.com*. [Online]

Available at:

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/02/20/150000669/keunikan-pakaian-adat-suku-rote-ntt?page=all>
[Accessed 20 Juni 2022].

Welianto, A. (2021). *Kompas.com*. [Online]

Available at:

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/17/180000369/honai-rumah-adat-provinsi-papua?page=all>
[Accessed 23 Juni 2022].

Widyanarto, W, Hendra, DF, & Aprinnostein, S (2019). Silat Pengantin: Seni Pertunjukan Tradisi Melayu di Bentan Penao, Kepulauan Riau. *Panggung, jurnal.isbi.ac.id*, <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/panggung/article/view/910>.