

INTISARI

Permasalahan yang diangkat adalah terbatasnya kualitas visual pada video promosi sebelumnya yang masih mengandalkan perangkat sederhana, seperti kamera ponsel dan tripod. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan teknik sinematografi berupa aerial shot dan point of view (POV) shot dalam pembuatan video promosi pariwisata daerah, dengan studi kasus Lokawisata Baturraden di Banyumas. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, perancangan skenario, pengambilan gambar menggunakan drone dan kamera POV, serta evaluasi hasil melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknik aerial shot berhasil menampilkan panorama wisata dari ketinggian secara lebih luas dan memukau, sedangkan teknik POV shot mampu menghadirkan pengalaman visual yang lebih personal dan imersif. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 58,9% responden menilai video promosi ini sangat berhasil dalam mempromosikan destinasi wisata, 30,4% menyatakan berhasil, dan 10,7% menilai cukup berhasil. Dengan demikian, penerapan kedua teknik sinematografi ini terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat promosi pariwisata Lokawisata Baturraden. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembuatan video promosi pariwisata lainnya untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata lokal.

Kata kunci: Aerial Shot, POV Shot, Video Promosi, Lokawisata Baturraden, Sinematografi, Pariwisata Banyumas.

ABSTRACT

The issue addressed in this research is the limited visual quality of previous promotional videos, which primarily relied on simple devices such as mobile phone cameras and tripods. This research aims to apply cinematographic techniques, namely aerial shot and point of view (POV) shot, in the creation of a regional tourism promotional video, with a case study on Lokawisata Baturraden in Banyumas. The research method involves several stages, including observation, scenario planning, video shooting using drones and POV cameras, and evaluating the results through questionnaires distributed to respondents. The findings indicate that the use of aerial shots successfully captured the panoramic beauty of the tourist site from a higher perspective, providing a broader and more captivating view. Meanwhile, the POV shot technique created a more immersive and personal visual experience for the audience. Based on the survey results, 58.9% of respondents rated the video as highly successful in promoting the tourist destination, 30.4% considered it successful, and 10.7% rated it moderately successful. Therefore, the implementation of these two cinematographic techniques has proven effective in enhancing visual appeal and strengthening the promotional efforts for Lokawisata Baturraden. This research is expected to serve as a reference for the development of other tourism promotional videos to support the growth of the local tourism sector.

Keywords: Aerial Shot, POV Shot, Promotional Video, Baturraden Lokawisata, Cinematography, Tourism Banyumas.