

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Media Promosi

Media promosi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan produk, jasa, maupun destinasi kepada masyarakat melalui berbagai media komunikasi. Dalam perkembangannya, media promosi tidak hanya dilakukan melalui media cetak, tetapi juga melalui media digital yang dinilai lebih efektif dan mudah diakses oleh masyarakat. Kehadiran media sosial turut memengaruhi cara penyampaian informasi karena memungkinkan interaksi secara langsung antara pembuat media dan audiens. Menurut Huang (2020) dalam konten pada media sosial perlu disesuaikan dengan kelompok sasaran agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara optimal. Salah satu bentuk media promosi digital yang banyak digunakan saat ini adalah media audiovisual. Media audiovisual merupakan media yang memadukan unsur visual dan audio dalam proses penyampaian informasi sehingga mampu memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi audiens. Sunarsa et al. (2022) media audiovisual banyak digunakan dalam bidang promosi, informasi, dan hiburan karena mampu menyampaikan pesan secara lebih komunikatif melalui perpaduan gambar, suara, dan gerak secara bersamaan.

Dalam perkembangannya, YouTube menjadi salah satu platform digital berbasis video yang banyak digunakan masyarakat untuk mengakses informasi dan menikmati media audiovisual. YouTube memiliki pengaruh yang kuat terhadap cara audiens memahami dan memaknai suatu pesan visual yang disampaikan melalui media digital (Gabore, 2020). Selain itu, YouTube menjadi salah satu platform digital dengan jumlah pengguna yang tinggi di Indonesia sehingga banyak dimanfaatkan sebagai media distribusi konten audiovisual. Promosi pariwisata saat ini juga banyak dilakukan melalui media sosial karena memiliki jangkauan penyebaran informasi yang luas dan mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat secara lebih cepat (Akasse & Ramansyah, 2023). Melalui media audiovisual, informasi mengenai suatu destinasi wisata dapat disampaikan secara

lebih menarik melalui visual, audio, dan suasana yang ditampilkan dalam video. Oleh karena itu, dalam penelitian ini media promosi audiovisual digunakan untuk memperkenalkan wisata budaya Kota Lama Semarang melalui pendekatan visual berbasis estetika *wabi-sabi* dalam video “Di Antara Jejak dan Waktu”. Menurut Harsiwi & Wicaksono (2025) menjelaskan bahwa media promosi pariwisata memanfaatkan komunikasi visual dan tekstual secara terpadu untuk membangun citra destinasi serta menarik minat wisatawan. Penggunaan unsur visual, seperti lanskap, budaya, dan lingkungan, yang dipadukan dengan narasi yang tepat mampu menyampaikan pengalaman dan identitas suatu destinasi secara lebih efektif kepada calon wisatawan.

2.2 Audiovisual

Audiovisual merupakan media yang menggabungkan unsur visual dan audio dalam satu kesatuan untuk menyampaikan informasi, pesan, ide, maupun pengalaman tertentu kepada audiens. Media audiovisual memanfaatkan perpaduan antara tampilan gambar dan suara sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya diterima melalui penglihatan, tetapi juga melalui pendengaran. Menurut Nadiyah et al. (2023) media audiovisual merupakan gabungan unsur gambar dan suara yang disajikan secara bersamaan sehingga mampu menyampaikan informasi dan pesan secara lebih menarik serta komunikatif. Dalam pengembangan media berbasis video, audiovisual memiliki peran penting karena tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun suasana, memperkuat pesan, dan menciptakan pengalaman menonton yang lebih mendalam bagi audiens. Perpaduan antara elemen visual dan audio dapat membantu audiens memahami isi pesan yang ingin disampaikan melalui tampilan gambar, gerakan, suara, serta suasana yang dibangun dalam sebuah video.

Unsur visual dalam audiovisual berkaitan dengan segala elemen yang dapat dilihat oleh penonton, seperti gambar, warna, pencahayaan (*lighting*), komposisi gambar, sudut pengambilan gambar, pergerakan kamera, serta proses penyuntingan visual. Unsur visual berperan dalam membentuk tampilan, suasana, dan karakter sebuah video. Penggunaan teknik visual yang tepat dapat membantu memperjelas

objek yang ditampilkan serta membangun kesan tertentu sesuai dengan konsep yang ingin disampaikan. Sementara itu, unsur audio berperan dalam mendukung visual melalui penggunaan suara yang dapat memperkuat suasana dan pesan dalam video. Unsur suara dalam audiovisual meliputi dialog, musik, dan efek suara yang memiliki peran penting dalam mendukung proses produksi serta memperkuat suasana dalam sebuah video (Alfathoni & Manesah, 2020). Penggunaan audio yang sesuai dapat membantu membangun emosi, memberikan penekanan terhadap suatu adegan, serta membuat penyampaian pesan menjadi lebih hidup. Dalam proses produksi video, unsur visual dan audio saling berkaitan dan tidak dapat berdiri sendiri. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, media audiovisual semakin banyak digunakan dalam berbagai bidang, seperti film, dokumenter, media pembelajaran, konten kreatif, hingga media promosi pariwisata. Dalam konteks promosi pariwisata, audiovisual mampu memperkenalkan suatu destinasi melalui tampilan visual kawasan, suasana lingkungan, serta elemen suara yang memberikan gambaran pengalaman kepada audiens.

2.3 Proses Pembuatan Media Audiovisual

Proses pembuatan media audiovisual merupakan rangkaian tahapan yang dilakukan secara sistematis untuk menghasilkan media yang mampu menyampaikan informasi melalui perpaduan unsur visual dan audio. Menurut Maulana & Adhi (2025), proses pembuatan media audiovisual dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Ketiga tahapan tersebut saling berkaitan dalam menghasilkan media audiovisual yang terstruktur dan berkualitas.

2.3.1 Tahap Praproduksi

Tahap praproduksi merupakan tahap awal dalam proses pembuatan media audiovisual yang berfokus pada kegiatan perencanaan sebelum proses produksi dilaksanakan. Tahap ini bertujuan untuk mempersiapkan seluruh kebutuhan produksi agar proses pengambilan gambar dapat berjalan secara terarah dan menghasilkan media yang sesuai dengan tujuan.

1. Penentuan ide dan konsep

Penentuan ide dan konsep merupakan langkah awal dalam tahap praproduksi yang bertujuan untuk menetapkan tema, tujuan, sasaran, serta pesan yang akan disampaikan melalui media audiovisual. Menurut Mareliauny et al. (2025) proses penentuan ide dan konsep menjadi dasar dalam pengembangan karya audiovisual karena berfungsi sebagai acuan dalam menentukan alur cerita, gaya visual, dan keseluruhan proses produksi sehingga media yang dihasilkan memiliki arah yang jelas.

2. Riset

Riset dilakukan untuk mengumpulkan informasi, referensi, dan data yang berkaitan dengan tema maupun objek yang akan diangkat dalam media audiovisual. Menurut Andrasari et al. (2026) kegiatan riset pada tahap praproduksi bertujuan memperoleh informasi yang akurat sebagai dasar dalam menyusun konsep dan perencanaan produksi, sehingga proses pembuatan media dapat berjalan secara lebih efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

3. Perencanaan

Perencanaan produksi merupakan kegiatan menyusun seluruh kebutuhan yang diperlukan sebelum proses pengambilan gambar dilakukan. Perencanaan produksi meliputi penyusunan *storyboard*, jadwal produksi, serta kebutuhan teknis lainnya. *Storyboard* berfungsi sebagai panduan visual yang menggambarkan urutan adegan, komposisi gambar, dan jenis pengambilan gambar sehingga proses produksi dapat berlangsung secara sistematis dan efisien (Holisah & Yuliarti, (2025)).

2.3.2 Produksi

Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan pembuatan media audiovisual yang berfokus pada proses pengambilan gambar dan perekaman audio. Menurut Maulana dan Adhi (2025) tahap produksi dilakukan berdasarkan perencanaan yang telah disusun pada tahap praproduksi. Proses pengambilan gambar mengacu pada *storyboard* sebagai pedoman visual agar setiap adegan dapat direkam sesuai dengan

kebutuhan produksi. Pada tahap ini, kualitas media audiovisual dipengaruhi oleh teknik kamera, pencahayaan (*lighting*), dan audio.

1. Teknik Kamera

Teknik kamera dalam audiovisual terdiri dari 8 beberapa jenis pergerakan kamera (*camera movement*) yaitu *static*, *push*, *pull*, *shake*, *pan*, *tilt*, dan *follow shot*. Skala pengambilan gambar (*shot size*) yang digunakan untuk menciptakan visual yang lebih dinamis dan komunikatif Menurut (Li et al., 2023). Namun, dalam pengembangan media audiovisual penulis hanya menggunakan 7 jenis pergerakan kamera, yaitu:

- a) *Static*, merupakan teknik pengambilan gambar dengan posisi kamera tetap tanpa pergerakan sehingga menghasilkan visual yang stabil dan fokus pada objek.
- b) *Push*, merupakan gerakan kamera yang bergerak mendekati objek secara perlahan untuk memperkuat fokus dan emosi pada adegan.
- c) *Pull*, merupakan gerakan kamera yang bergerak menjauh dari objek sehingga area visual terlihat lebih luas dan dapat memperlihatkan suasana di sekitar objek.
- d) *Panning*, merupakan gerakan kamera secara horizontal dari kiri ke kanan atau sebaliknya untuk mengikuti objek maupun memperlihatkan area sekitar.
- e) *Tilting*, merupakan gerakan kamera ke dari atas (*Tilt up*) dan gerakan kamera ke bawah (*Tilt down*) .
- f) *Follow Shot*, merupakan teknik pengambilan gambar ketika kamera bergerak mengikuti objek dengan posisi relatif yang tetap sehingga visual terlihat lebih hidup dan dinamis.
- g) *Zoom*, merupakan jenis pergerakan kamera dengan menjauhi objek (*Zoom out*) atau mendekati objek (*Zoom in*).

2. Camera Shot

Skala pengambilan gambar (*shot size*) yang digunakan untuk menciptakan visual yang lebih dinamis dan komunikatif. Menurut Li et al. (2023) selain pergerakan kamera, terdapat beberapa jenis skala pengambilan

gambar (*shot size*) yang digunakan dalam teknik audiovisual, yaitu sebagai berikut:

- a) *Close-Up*, yaitu teknik pengambilan gambar jarak dekat yang berfokus pada detail objek atau ekspresi wajah sehingga emosi dapat terlihat lebih jelas.
- b) *Medium Close-Up*, yaitu pengambilan gambar dari bagian dada hingga kepala objek untuk memperlihatkan ekspresi sekaligus menjaga fokus visual pada objek.
- c) *Medium Shot*, yaitu pengambilan gambar dari bagian pinggang atau lutut ke atas sehingga interaksi objek dan sebagian lingkungan sekitar masih dapat terlihat.
- d) *Long Shot*, yaitu teknik pengambilan gambar dengan cakupan visual yang lebih luas sehingga objek dan lingkungan di sekitarnya dapat terlihat secara bersamaan.
- e) *Extreme Long Shot*, yaitu pengambilan gambar dengan jangkauan paling luas yang biasanya digunakan untuk memperlihatkan suasana lingkungan, pemandangan, atau lokasi secara keseluruhan.

3. Sudut Pandang Kamera (*Camera angle*)

Sudut pandang kamera (*camera angle*) merupakan teknik pengambilan gambar yang berkaitan dengan posisi kamera terhadap objek untuk menghasilkan kesan visual dan makna tertentu. Pemilihan sudut pandang kamera berperan dalam membangun persepsi penonton, memperkuat penyampaian pesan, serta menciptakan suasana yang sesuai dengan kebutuhan cerita. Menurut Hikaru (2022) penggunaan *camera angle* yang tepat dapat memengaruhi cara penonton memandang objek sehingga mampu memperkuat penyampaian informasi dan emosi dalam media audiovisual. pada penelitian ini penulis hanya menggunakan tiga jenis *camera angle*, yaitu *eye angle*, *high angle*, dan *low angle*, sesuai dengan kebutuhan pengambilan gambar pada media promosi audiovisual.

- a) *Eye angle*, merupakan sudut pengambilan gambar dengan posisi kamera sejajar dengan tinggi mata objek.

- b) *High angel*, merupakan sudut pengambilan gambar dengan posisi kamera berada lebih tinggi dari objek dan mengarah ke bawah.
- c) *Low angel*, merupakan sudut pengambilan gambar dengan posisi kamera berada lebih rendah dari objek dan mengarah ke atas.

4. Lightning

Lighting atau pencahayaan merupakan salah satu unsur penting dalam produksi audiovisual yang berfungsi untuk mengatur kualitas cahaya pada objek maupun lingkungan dalam sebuah video. Pencahayaan tidak hanya digunakan untuk memperjelas objek yang direkam, tetapi juga membantu membangun suasana, memperkuat visual, dan menciptakan kesan estetis dalam sebuah adegan. Pengaturan *lighting* yang tepat dapat membantu menghasilkan visual yang lebih jelas, seimbang, dan nyaman dilihat oleh penonton. Dalam produksi audiovisual, pencahayaan memiliki peran penting dalam menentukan tone visual dan suasana yang ingin ditampilkan.

Menurut Mahesa et al. (2025) sistem pencahayaan dalam audiovisual menggunakan kombinasi *key light*, *fill light*, dan *back light* untuk membentuk suasana visual yang natural serta mendukung penyampaian narasi dalam video. Selain menggunakan pencahayaan buatan, menurut Lawranta & Pramayoza (2021) produksi audiovisual juga sering memanfaatkan pencahayaan alami untuk menciptakan visual yang lebih natural dan realistis. pada saat di luar ruangan digunakan pencahayaan natural dengan memaksimalkan cahaya matahari Penggunaan pencahayaan alami banyak digunakan dalam video bertema estetis karena mampu menghasilkan suasana visual yang lebih lembut dan nyaman. Oleh karena itu, pengaturan pencahayaan menjadi bagian penting dalam produksi audiovisual karena dapat memengaruhi kualitas visual serta memperkuat tampilan sinematik dalam sebuah video.

5. Audio

Audio merupakan unsur penting dalam audiovisual yang berfungsi mendukung visual melalui narasi, musik, dan *sound effect*. Suara dalam film digunakan untuk memberikan informasi sekaligus memperkuat unsur

dramatik dalam sebuah cerita. Salah satu fungsi suara yaitu melalui sudut pandang suara yang digunakan untuk mewakili perasaan karakter sehingga emosi dalam adegan dapat dirasakan oleh penonton (Kuncoro, 2023). Selain itu, penggunaan unsur suara seperti dialog, musik, dan efek suara juga membantu membangun suasana emosional serta menciptakan kesan realistis dalam video. Pengaturan nada, warna suara, dan intensitas suara dapat memengaruhi emosi, aksi, maupun reaksi dalam ruang penceritaan audiovisual sehingga penyampaian suasana dalam video terasa lebih hidup dan mendalam.

2.3.3 Pascaproduksi

Pascaproduksi merupakan tahap akhir dalam proses pembuatan media audiovisual yang berfokus pada pengolahan seluruh hasil rekaman menjadi sebuah *editing*, yaitu kegiatan menyusun, memilih, dan mengolah hasil rekaman visual maupun audio menjadi satu kesatuan yang mampu menyampaikan pesan secara efektif. Menurut Shadrina et al. (2023) tahap pascaproduksi berperan penting dalam memperkuat penyampaian pesan dan suasana visual dalam video sehingga hasil akhir dapat diterima dengan baik oleh audiens. Tahap ini meliputi *editing* video, penyusunan visual, penambahan audio, *background*, *color grading*, dan rendering. Proses *editing* dilakukan penyatuan beberapa *shot* menjadi sebuah *scene* yang tersusun sesuai dengan alur dan konsep video sehingga menghasilkan media audiovisual yang lengkap dan dapat dinikmati oleh audiens (Lestari & Astuti, 2023).

2.4 Estetika *Wabi-Sabi* dalam Sinematografi

Menurut Kempton (2019:21) Dalam estetika *wabi-sabi*, *wabi* (侘 atau 侘び) pada awalnya merujuk pada keadaan kesendirian dan keterasingan yang berasal dari kata kerja *wabiru* (侘びる) dan kata sifat *wabishii* (侘しい). Seiring waktu, interpretasi tersebut berkembang menjadi nilai estetika yang menekankan keindahan dalam kesederhanaan dan ketenangan. Secara filosofis, *wabi*

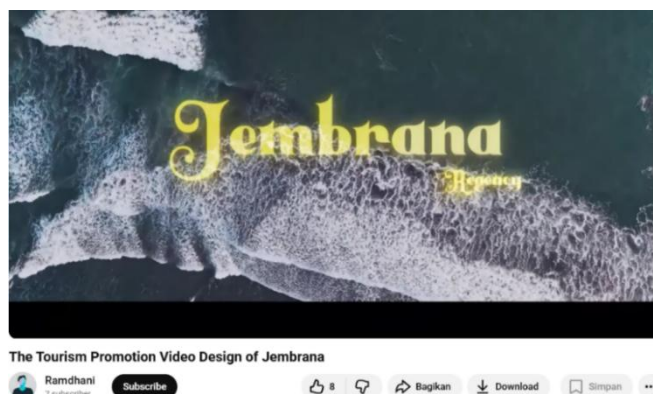
mencerminkan pengalaman batin yang damai, bebas dari keterikatan duniawi, serta kemampuan untuk melihat keindahan tersembunyi dalam berbagai situasi kehidupan, Menurut Mareta & Ainie (2024) *sabi* (寂 atau 寂び) merujuk pada keindahan yang muncul seiring berjalannya waktu, terutama melalui proses penuaan, pelapukan, dan transformasi alami suatu benda. Istilah ini berkaitan dengan kata sifat *sabishii* (寂しい) yang berarti kesepian serta kata kerja *sabiru* (錆びる) yang menggambarkan proses berkarat atau membusuk. Dalam konteks estetika, *sabi* mewakili pesona yang terbentuk secara alami melalui interaksi dengan waktu dan penggunaan, yang secara visual diwujudkan melalui tekstur yang lapuk, warna yang memudar, dan penampilan tua yang menghasilkan kedalaman estetika. Dengan demikian, *sabi* menunjukkan bahwa keindahan tidak hanya terletak pada keadaan awal suatu objek, tetapi juga pada proses transformasinya. Filosofi *wabi-sabi* merupakan konsep estetika Jepang yang menekankan keindahan dalam kesederhanaan, ketidaksempurnaan, dan kefanaan.

Dalam ranah visual, *wabi-sabi* tercermin melalui elemen-elemen seperti tekstur kasar, warna yang memudar, serta suasana yang tenang dan sederhana. Pendekatan ini membuka peluang bagi interpretasi estetika terhadap ruang dan objek bersejarah, seperti bangunan dan lingkungan di Kota Lama Semarang. Dengan demikian, pemahaman terhadap filosofi *wabi-sabi* menjadi landasan penting dalam menafsirkan karakter visual kawasan tersebut sebagai referensi visual dalam pengembangan video. Dalam ranah sinematografi, estetika *wabi-sabi* dapat diterjemahkan ke dalam elemen visual melalui berbagai pendekatan teknis yang saling mendukung. Teknik *color grading* yang menggunakan palet warna lembut, tone hangat, dan efek visual alami mampu menciptakan suasana temporal yang mencerminkan karakteristik khas *wabi-sabi*. Menurut Darma (2022), sinematografi merupakan perlakuan terhadap kamera dan visual yang berkaitan langsung dengan subjek yang direkam. Dalam konteks estetika *wabi-sabi*, penggunaan sinematografi dapat diterapkan melalui pemilihan *shot*, pergerakan kamera yang sederhana, pencahayaan alami, serta pengolahan warna (*color grading*) untuk menciptakan kesan natural, tenang, dan menunjukkan keindahan

dari ketidaksempurnaan objek. Selain itu, menurut Ariyanto et al. (2025) Jepang secara konsisten telah mengintegrasikan prinsip *wabi-sabi* ke-dalam strategi penyajian visual pariwisata. Penerapan konsep tersebut terlihat dari cara destinasi ditampilkan secara apa adanya dengan menonjolkan keaslian, ketidaksempurnaan, dan karakter alami tanpa manipulasi visual yang berlebihan. Penerapan estetika *wabi-sabi* dalam sinematografi dapat menjadi pendekatan dalam pengembangan media audiovisual yang tidak hanya menampilkan keindahan visual, tetapi juga menghadirkan makna dan pengalaman emosional bagi penonton.

2.5 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka digunakan sebagai referensi dalam memahami proses pengembangan video berbasis audiovisual. Penelitian terdahulu juga digunakan sebagai bahan perbandingan dalam melihat konsep visual, teknik produksi, dan penyampaian pesan dalam sebuah video.



Gambar 2. 1 Tinjauan Karya “*The Tourism Promotion Video Design of Jembrana*” (YouTube: Ramdhani)

Penelitian pertama yang dijadikan acuan adalah penelitian oleh Fadilah et al. (2022) mengenai perancangan video promosi pariwisata Kabupaten Jembrana. Penelitian tersebut menghasilkan video yang menampilkan potensi visual destinasi melalui penggunaan teknik sinematografi dan tahapan produksi yang terstruktur. Video yang dihasilkan lebih berfokus pada penyampaian informasi visual mengenai

destinasi wisata, namun belum mengangkat konsep estetika tertentu sebagai dasar pengembangan visual maupun penyampaian pesan.



Gambar 2. 2 Tinjauan Karya “Jelajahi Keindahan Wisata Alam Gunung Dago: Destinasi Wajib yang Harus Dikunjungi” (YouTube: Wisatagunungdago)

Penelitian kedua adalah penelitian oleh Sunarya et al. (2025) mengenai perancangan video promosi Wisata Gunung Dago Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan audiovisual dan unsur narasi untuk memperkuat daya tarik video, akan tetapi narasi yang digunakan masih bersifat deskriptif dan berorientasi pada penyampaian informasi sehingga belum menekankan pengalaman emosional penonton melalui pendekatan estetika tertentu. Berdasarkan kedua penelitian tersebut, pengembangan media promosi pariwisata audiovisual umumnya masih menekankan pada penyampaian informasi dan visual destinasi. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan media promosi pariwisata audiovisual berjudul “Di Antara Jejak dan Waktu” dengan menerapkan estetika *wabi-sabi* sebagai konsep utama serta pendekatan *storytelling* berbasis narasi fiksi. Pendekatan tersebut tidak hanya memperkenalkan Kota Lama Semarang sebagai destinasi wisata budaya, tetapi juga membangun pengalaman visual dan emosional melalui visual, audio, dan narasi yang menonjolkan kesederhanaan, ketenangan, serta keindahan yang terbentuk dari perjalanan waktu.