

**PENERAPAN TEKNIK VIDEOGRAFI DALAM PEMBUATAN PRODUK
KAMPANYE SP4N LAPOR! INSPEKTORAT JAWA BARAT**

Muhammad Naufal Farhan¹, Alfa Taufan Latif²

IPB University¹, IPB University²

12farhan13muhammad@apps.ipb.ac.id¹, taufan.alfa@apps.ipb.ac.id²

ABSTRACT

This study discusses the application of videography techniques in producing the SP4N-LAPOR! campaign product for the Inspectorate of West Java Province. The background of this project is the need for more communicative and informative public communication media to increase public awareness regarding online public complaint services. The project aimed to produce public service advertisement videos and digital campaign content through the implementation of videography techniques to strengthen visual communication. The production process applied the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method through pre-production, production, and post-production stages. Data collection techniques included active participation, observation, interviews, and literature study. The videography techniques implemented consisted of long shot, medium long shot, medium shot, medium close up, close up, and extreme close up.

Keywords: videography, public service advertisement, digital campaign, SP4N-LAPOR!,

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penerapan teknik videografi dalam pembuatan produk kampanye SP4N-LAPOR! Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat. Latar belakang proyek ini didasarkan pada kebutuhan media komunikasi publik yang lebih komunikatif dan informatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai layanan pengaduan publik secara online. Penelitian ini bertujuan menghasilkan video iklan layanan masyarakat dan konten kampanye digital melalui penerapan teknik videografi untuk memperkuat komunikasi visual. Proses produksi menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teknik videografi yang diterapkan meliputi *long shot*, *medium long shot*, *medium shot*, *medium close up*, *close up*, dan *extreme close up*.

Kata Kunci: videografi, iklan layanan masyarakat, kampanye digital, SP4N-LAPOR!,

A. Pendahuluan

Komunikasi publik merupakan proses penyampaian informasi kepada khalayak luas melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media massa dan media digital. Dalam konteks pemerintahan, komunikasi publik memiliki peran penting dalam membangun keterbukaan informasi, meningkatkan transparansi, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Melalui komunikasi publik yang efektif, masyarakat dapat memperoleh informasi yang akurat mengenai program, kebijakan, maupun layanan yang disediakan oleh pemerintah sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi pemerintahan (Putra, 2021; Nova dan Dompok, 2024).

Salah satu bentuk implementasi komunikasi publik dalam pemerintahan adalah Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional–Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (SP4N-LAPOR!). SP4N-LAPOR! merupakan layanan pengaduan berbasis digital yang memungkinkan masyarakat menyampaikan aspirasi,

pengaduan, maupun masukan terkait pelayanan publik secara mudah dan terintegrasi. Kehadiran SP4N-LAPOR! menjadi sarana yang mendukung partisipasi masyarakat dalam pengawasan pelayanan publik serta mendorong terwujudnya tata kelola pemerintahan yang transparan, responsif, dan akuntabel.

Untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai layanan tersebut, diperlukan media komunikasi yang mampu menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami. Salah satu media yang dapat digunakan adalah iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat merupakan bentuk komunikasi nonkomersial yang bertujuan memberikan edukasi, informasi, maupun ajakan kepada masyarakat mengenai suatu isu atau program tertentu. Penggunaan media audio visual dalam iklan layanan masyarakat dinilai efektif karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh audiens (Hasanah et al., 2024).

Dalam proses produksi iklan layanan masyarakat, videografer memiliki peran penting dalam

menghasilkan visual yang mampu mendukung penyampaian pesan secara efektif. Videografer bertanggung jawab terhadap proses pengambilan gambar dengan mempertimbangkan berbagai aspek teknis seperti komposisi, pencahayaan, sudut pengambilan gambar (*camera angle*), pergerakan kamera (*camera movement*), dan jenis pengambilan gambar (*type of shot*) (Sabrina *et al.*) . Penerapan aspek-aspek tersebut bertujuan untuk menghasilkan visual yang menarik, informatif, dan sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai (Saputro, 2017).

Selain bertanggung jawab pada aspek teknis, videografer juga berperan dalam menerjemahkan konsep komunikasi ke dalam bentuk visual yang mudah dipahami audiens. Pemilihan variasi *type of shot* seperti *long shot*, *medium long shot*, *medium shot*, *medium close up*, *close up*, dan *extreme close up* dapat membantu memperjelas informasi, membangun suasana, serta mengarahkan fokus penonton pada pesan utama yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, penerapan teknik videografi menjadi faktor penting dalam menghasilkan kualitas visual yang baik serta

mendukung efektivitas penyampaian pesan kepada audiens pada video iklan layanan masyarakat (Putri *et al.*, 2025). Dengan demikian, teknik videografi menjadi salah satu aspek utama yang diterapkan dalam produksi video kampanye SP4N-LAPOR! Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat..

Proses pembuatan video iklan layanan masyarakat SP4N-LAPOR! pada penelitian ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode MDLC dipilih karena memiliki tahapan yang sistematis mulai dari konsep, perancangan, pengumpulan bahan, produksi, pengujian, hingga distribusi. Melalui penerapan metode ini, proses produksi video dapat berjalan lebih terstruktur sehingga menghasilkan produk kampanye yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan kebutuhan audiens.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menerapkan teknik videografi dalam pembuatan produk kampanye SP4N-LAPOR! Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat yang terdiri atas video iklan layanan masyarakat dan kampanye digital media sosial. Fokus penelitian terletak pada penggunaan variasi *type*

of shot untuk menghasilkan visual yang komunikatif, menarik, serta mampu mendukung penyampaian informasi mengenai layanan SP4N-LAPOR! kepada masyarakat.

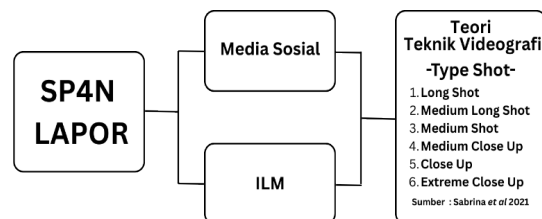
B. Metode Penelitian

Pada Kegiatan pengumpulan data dalam proyek pembuatan produk kampanye SP4N-LAPOR! dilaksanakan di Kantor Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat yang berlokasi di Jl. Surapati, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat pada Februari hingga April 2026.

Proses produksi dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Subjek dalam proyek ini adalah Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat sebagai lembaga pengawasan internal pemerintah daerah, dengan dukungan koordinasi dari pihak Humas, yaitu Bapak Iqbal dan Mba Dewi sebagai informan utama dan

narasumber proyek. Dalam proses produksi digunakan beberapa alat pendukung seperti laptop, kamera, gimbal, *tripod*, *lighting*, kartu memori, dan flashdisk, serta naskah dan storyboard sebagai pedoman produksi.



Gambar 1 Bagan Prosedur Kerja

Selain itu, proses pengambilan gambar menerapkan teknik videografi *type shoot* berupa *long shot*, *medium long shot*, *medium shot*, *medium close up*, *close up*, dan *extreme close up* untuk memperkuat visual, memperjelas pesan kampanye, dan meningkatkan daya tarik audiens terhadap program SP4N-LAPOR! sebagai media pengaduan masyarakat.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Proyek Proyek pembuatan produk kampanye SP4N-LAPOR! Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat berfokus pada penerapan teknik videografi untuk menghasilkan visual kampanye yang komunikatif dan

menarik. Proses produksi dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan mengacu pada metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Dalam proses produksi, penggunaan variasi *type of shot* menjadi aspek utama untuk memperkuat penyampaian pesan kepada audiens. Dalam pembuatan produk kampanye kampanye SP4N Lapor! Inspektorat Jawa Barat ini terdapat dua output yaitu berupa Iklan Layanan Masyarakat SP4N LAPOR dan Kampanye Digital di media sosial yaitu instagram.

Terdapat beberapa perbedaan dalam cara pengambilan gambar untuk kedua output tersebut yaitu

A. Iklan Layanan Masyarakat SP4N LAPOR!

Video iklan layanan masyarakat SP4N-LAPOR! merupakan media kampanye audio visual yang bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai layanan pengaduan publik secara online audiens (Hasanah et al., 2024).. Video ini dibuat untuk menyampaikan informasi terkait fungsi, manfaat, serta tata cara penggunaan layanan SP4N-LAPOR! sebagai sarana penyampaian aspirasi dan pengaduan

masyarakat kepada pemerintah. Penyampaian pesan dikemas secara komunikatif dan menarik melalui penerapan teknik videografi, visual yang dinamis, serta penggunaan audio dan teks pendukung agar informasi lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain sebagai media informasi, video ini juga bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya partisipasi publik dalam mewujudkan pelayanan pemerintah yang lebih transparan dan responsif.

a) Teknik Videografi *Long Shot*



Gambar 2 Visual *Long Shot*

Teknik *Long shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan objek secara menyeluruh beserta lingkungan di sekitarnya sehingga mampu memberikan gambaran mengenai lokasi, situasi, dan konteks visual suatu adegan. Teknik ini digunakan untuk membantu audiens memahami latar tempat serta kondisi lingkungan yang menjadi bagian dari cerita atau

informasi yang disampaikan (Siahaan et al., 2025).

Pada produk kampanye SP4N-LAPOR!, teknik *long shot* digunakan pada footage suasana Jalan Asia-Afrika Kota Bandung, area luar Kantor Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat, serta aktivitas masyarakat sekitar. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperkenalkan lokasi pelayanan publik sekaligus memberikan gambaran lingkungan tempat berlangsungnya kegiatan. Melalui tampilan visual yang luas, audiens dapat memahami konteks lokasi sebelum masuk ke informasi utama mengenai layanan SP4N-LAPOR!.

Penggunaan *long shot* juga membantu membangun suasana awal video agar alur penyampaian informasi terlihat lebih natural dan tidak langsung berfokus pada objek utama. Teknik ini juga digunakan untuk menunjukkan bahwa layanan SP4N-LAPOR! hadir di tengah masyarakat dan dapat diakses secara luas oleh publik. Dengan menampilkan lingkungan sekitar secara menyeluruh, visual yang dihasilkan menjadi lebih informatif, komunikatif, serta mampu mendukung efektivitas penyampaian pesan

kampanye kepada audiens (Alfarisy et al 2024).

b) Teknik Videografi *Medium Long Shot*



Gambar 3 Visual *Medium Long Shot*

Teknik *Medium long shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan subjek dari sekitar lutut hingga bagian kepala sehingga ekspresi, gestur tubuh, dan lingkungan sekitar masih dapat terlihat secara seimbang. Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan aktivitas subjek secara lebih dekat dibandingkan *long shot* namun tetap mempertahankan konteks visual lokasi dalam satu frame (Alfarisy et al., 2024).

Pada produk kampanye SP4N-LAPOR!, teknik *medium long shot* digunakan pada footage talent yang berjalan di area kantor sambil menyampaikan informasi mengenai pengaduan pelayanan publik. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas dan gerakan talent secara lebih jelas sehingga

audiens dapat memahami pesan yang disampaikan sekaligus melihat suasana lingkungan di sekitar lokasi pengambilan gambar. Melalui komposisi visual tersebut, fokus penonton tidak hanya tertuju pada talent, tetapi juga pada konteks tempat yang mendukung isi informasi dalam video.

Penggunaan *medium long shot* membantu menciptakan visual yang lebih komunikatif dan natural karena mampu menampilkan bahasa tubuh, ekspresi, serta interaksi talent dengan lingkungan sekitar secara bersamaan. Teknik ini dipilih agar penyampaian informasi mengenai layanan SP4N-LAPOR! terlihat lebih hidup, tidak monoton, dan mampu meningkatkan ketertarikan audiens dalam mengikuti alur video kampanye. Dengan menampilkan subjek dan latar secara seimbang, *medium long shot* juga membantu memperkuat penyampaian pesan visual sehingga informasi dapat diterima dengan lebih efektif oleh masyarakat (Kinanti et al., 2025).

c) Teknik Videografi *Medium Shot*

Gambar 4 Visual *Medium Shot*

Teknik *Medium shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan objek dari kepala hingga pinggang sehingga

ekspresi, aktivitas, dan bahasa tubuh



subjek masih dapat terlihat dengan jelas. Teknik ini digunakan untuk menyeimbangkan fokus antara subjek dan informasi yang ingin disampaikan dalam sebuah adegan (Alfarisy et al., 2024).

Pada produk kampanye SP4N-LAPOR!, teknik *medium shot* digunakan pada footage yang menampilkan aktivitas talent saat mengakses layanan SP4N-LAPOR! melalui perangkat komputer. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperlihatkan interaksi talent dengan sistem layanan secara lebih jelas sekaligus menampilkan tampilan platform yang sedang digunakan. Melalui komposisi visual tersebut, audiens dapat memahami bahwa SP4N-LAPOR! merupakan layanan pengaduan yang dapat diakses secara digital.

Penggunaan Teknik *medium shot* membantu mengarahkan perhatian audiens pada aktivitas yang dilakukan talent tanpa menghilangkan konteks

lingkungan kerja di sekitarnya. Teknik ini dipilih untuk memperkuat penyampaian informasi mengenai tujuan dan fungsi layanan SP4N-LAPOR! sehingga pesan yang disampaikan dapat terlihat lebih jelas, informatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, keseimbangan antara objek dan latar yang ditampilkan membuat visual terlihat lebih komunikatif serta mendukung alur penyampaian pesan dalam video kampanye.

d) Teknik Videografi *Medium Close Up*

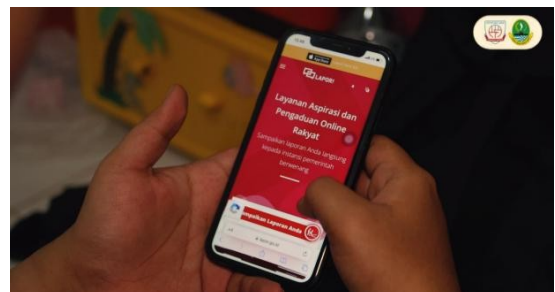


Gambar 5 Visual *Medium Close Up*

Teknik *Medium close up* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan objek dari kepala hingga dada sehingga ekspresi wajah dan aktivitas subjek dapat terlihat lebih jelas. Teknik ini digunakan untuk mengarahkan perhatian audiens pada pesan yang disampaikan sekaligus memperkuat fokus terhadap objek utama dalam sebuah adegan (Kinanti et al., 2025).

Pada produk kampanye SP4N-LAPOR!, teknik *medium close up* digunakan pada footage talent saat mengakses layanan SP4N-LAPOR! melalui perangkat digital. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperlihatkan ekspresi dan fokus talent ketika menggunakan layanan sehingga informasi yang disampaikan dapat terlihat lebih jelas. Selain itu, *medium close up* membantu menciptakan kesan yang lebih dekat dan komunikatif sehingga pesan mengenai kemudahan penggunaan layanan SP4N-LAPOR! dapat diterima dengan lebih baik oleh audiens.

e) Teknik videografi *Close Up*

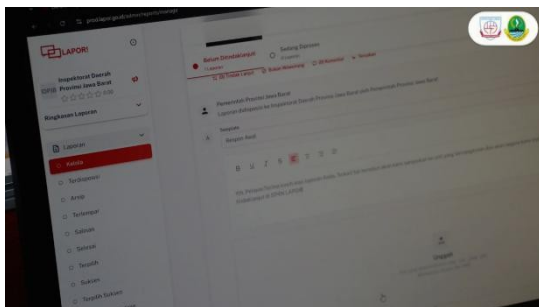


Gambar 6 Visual *Close Up*

Teknik *Close up* merupakan teknik pengambilan gambar yang digunakan untuk menampilkan objek secara lebih dekat sehingga detail informasi dapat terlihat dengan jelas. Teknik ini bertujuan untuk mengarahkan perhatian audiens pada objek tertentu yang dianggap penting dalam sebuah adegan (Alfarisy et al., 2024).

Pada produk kampanye SP4N-LAPOR!, teknik *close up* digunakan pada footage smartphone yang menampilkan halaman layanan SP4N-LAPOR!. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperjelas tampilan layanan yang sedang diakses sehingga audiens dapat melihat informasi yang ditampilkan secara lebih detail. Selain itu, Teknik *close up* membantu mengarahkan fokus penonton pada proses penggunaan layanan SP4N-LAPOR! sehingga pesan mengenai kemudahan akses dan pelaporan dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan mudah dipahami.

f) Teknik Videografi *Extreme Close Up*



Gambar 7 Visual *Extreme Close Up*

Teknik *Extreme close up* merupakan teknik pengambilan gambar yang digunakan untuk menampilkan detail objek secara sangat dekat sehingga perhatian audiens terfokus pada bagian tertentu

yang dianggap penting dalam sebuah adegan (Kinanti et al., 2025).

Pada produk kampanye SP4N-LAPOR!, teknik *extreme close up* digunakan pada footage tampilan website SP4N-LAPOR! saat proses pengelolaan laporan. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperjelas detail informasi yang terdapat pada layar monitor sehingga audiens dapat melihat proses tindak lanjut laporan secara lebih jelas. Selain itu, *extreme close up* membantu memberikan penekanan visual pada fitur dan tampilan layanan SP4N-LAPOR! sehingga informasi yang disampaikan terlihat lebih informatif dan mudah dipahami oleh masyarakat.

B. Kampanye Digital SP4N LAPOR!

Selain video iklan layanan masyarakat, proyek ini juga menghasilkan Kampanye Digital SP4N-LAPOR! yang dipublikasikan melalui media sosial sebagai media pendukung penyebaran informasi kepada masyarakat. Kampanye ini dikemas dalam bentuk konten audio visual yang informatif, komunikatif, dan menarik dengan memanfaatkan teknik videografi

serta visual yang dinamis agar pesan lebih mudah dipahami oleh audiens media sosial. Kampanye digital ini bertujuan meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi serta pengaduan secara transparan melalui platform SP4N-LAPOR!.

a) *Teknik Videografi Long Shot*



Gambar 8 Visual *long shot*

Teknik *Long shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan objek secara utuh beserta lingkungan di sekitarnya sehingga mampu memberikan gambaran mengenai suasana dan konteks visual suatu adegan (Siahaan et al, 2025).

Pada konten kampanye digital SP4N-LAPOR!, teknik *long shot* digunakan untuk menampilkan keseluruhan tubuh talent beserta lingkungan sekitar. Penggunaan teknik ini bertujuan memperlihatkan aktivitas dan gerakan talent secara

utuh sekaligus memberikan gambaran suasana lokasi secara lebih luas. Selain itu, penggunaan dua talent dalam satu frame membantu menciptakan kesan interaktif dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat sehingga pesan kampanye lebih mudah diterima oleh audiens. Melalui tampilan visual yang dinamis dan natural, *long shot* juga berfungsi menarik perhatian audiens media sosial pada awal video sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan lebih efektif.

b) *Teknik Videografi Medium Long Shot*



Gambar 9 Visual *Medium Long Shot*

Teknik *Medium long shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan objek dari kepala hingga lutut sehingga ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan lingkungan sekitar masih dapat terlihat secara seimbang (Alfarisy et al., 2024).

Pada konten kampanye digital SP4N-LAPOR!, teknik *medium long shot* digunakan untuk menampilkan

talent saat menyampaikan informasi mengenai pelayanan publik. Penggunaan teknik ini memungkinkan audiens melihat ekspresi dan gestur talent secara lebih jelas tanpa menghilangkan konteks lokasi dalam frame.

Secara visual, komposisi gambar menempatkan talent sebagai pusat perhatian dengan latar lingkungan yang tetap terlihat sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan secara lebih natural dan komunikatif. Selain itu, *medium long shot* membantu menciptakan kesan profesional dan interaktif sehingga konten lebih menarik untuk ditonton oleh audiens media sosial.

c) Teknik Videografi *Medium Shot*



Gambar 10 Visual *Medium Shot*

Teknik *Medium shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan objek dari

kepala hingga pinggang sehingga ekspresi wajah dan gestur tubuh subjek dapat terlihat dengan jelas (Alfarisy et al., 2024).

Pada konten kampanye digital SP4N-LAPOR!, teknik *medium shot* digunakan untuk menampilkan talent saat menyampaikan informasi mengenai fitur kerahasiaan laporan. Penggunaan teknik ini memungkinkan audiens melihat ekspresi, bahasa tubuh, dan pesan yang disampaikan secara seimbang.

Secara visual, komposisi gambar menempatkan talent sebagai fokus utama sehingga informasi mengenai kerahasiaan identitas pelapor dapat tersampaikan dengan lebih jelas. Selain itu, *medium shot* membantu menciptakan kesan yang lebih personal dan meyakinkan sehingga mampu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap layanan SP4N-LAPOR!.

d) Teknik Videografi *Medium Close Up*



Gambar 11 Visual *Medium Close Up*

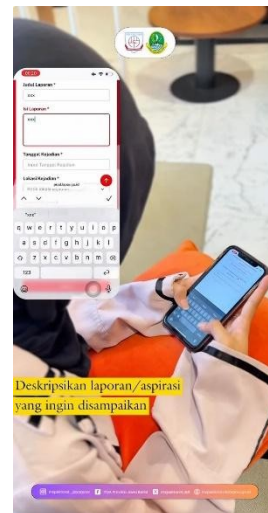
Teknik *Medium close up* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan objek dari kepala hingga dada sehingga ekspresi wajah dan aktivitas subjek dapat terlihat lebih jelas (Kinanti et al., 2025).

Pada konten kampanye digital SP4N-LAPOR!, teknik *medium close up* digunakan untuk menampilkan talent saat mengakses layanan SP4N-LAPOR! melalui smartphone. Penggunaan teknik ini membantu mengarahkan perhatian audiens pada ekspresi talent dan proses pelaporan yang sedang dilakukan.

Secara visual, tampilan antarmuka SP4N-LAPOR! yang ditampilkan berdampingan dengan talent membantu memperjelas

informasi mengenai penggunaan layanan sekaligus memperkuat pesan tentang kemudahan pelaporan secara digital. Selain itu, *medium close up* menciptakan kesan yang lebih dekat dan interaktif sehingga konten terasa lebih relevan bagi audiens media sosial.

e) Teknik Videografi *Close Up*



Gambar 12 Visual *Close Up*

Teknik *Close up* merupakan teknik pengambilan gambar yang digunakan untuk menampilkan detail objek secara lebih dekat sehingga informasi penting dapat terlihat dengan jelas (Alfarisy et al., 2024).

Pada konten kampanye digital SP4N-LAPOR!, teknik *close up* digunakan untuk menampilkan aktivitas talent saat mengisi laporan melalui smartphone. Penggunaan teknik ini membantu mengarahkan perhatian audiens pada proses

pelaporan, khususnya saat menuliskan isi laporan pada aplikasi SP4N-LAPOR!.

Secara visual, fokus pada layar smartphone dan gerakan tangan talent memperjelas tahapan pelaporan yang sedang dilakukan sehingga informasi terlihat lebih detail. Selain itu, *close up* memberikan penekanan pada kemudahan penggunaan layanan SP4N-LAPOR! sehingga pesan kampanye dapat dipahami dengan lebih cepat oleh audiens media sosial.

D. Kesimpulan

Pembuatan produk kampanye SP4N-LAPOR! Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat menghasilkan dua media komunikasi publik, yaitu video iklan layanan masyarakat dan kampanye digital melalui Instagram. Kedua media tersebut dibuat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai layanan pengaduan publik SP4N-LAPOR! dengan penyampaian informasi yang komunikatif dan menarik.

Video iklan layanan masyarakat lebih berfokus pada penyampaian informasi secara formal dan edukatif mengenai fungsi serta tata cara penggunaan SP4N-LAPOR!. Pada

video ini digunakan variasi teknik videografi yang lebih lengkap, yaitu *long shot, medium long shot, medium shot, medium close up, close up*, dan *extreme close up*. Sementara itu, kampanye digital Instagram dikemas lebih singkat dan dinamis sesuai karakteristik media sosial dengan penggunaan teknik *long shot, medium long shot, medium shot, medium close up*, dan *close up* tanpa menggunakan *extreme close up*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik videografi mampu meningkatkan kualitas visual dan memperjelas penyampaian pesan kampanye kepada audiens. Variasi *type of shot* yang digunakan membuat visual video lebih menarik, komunikatif, dan tidak monoton sehingga informasi mengenai layanan SP4N-LAPOR! lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnas, D. A., & Tan, J. (2023). Perancangan dan implementasi video company profile di Auto Mandiri dengan menggunakan metode MLDC. *NaCosPro: National Conference for Community Service Project*. <https://doi.org/10.37253/nacospro.v5i1.7934>

- Alfarisy, A. S., & Muhammad, R. H. (2024). Analisis teknik pengambilan gambar pada program podcast TV show di TVMU. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 2(1), 10–27. <https://doi.org/10.24853/jbk.2.1.2024.10-27>
- Halim, B., & Yulius, Y. (2020). Hubungan peletakan kamera (angle) dalam iklan berbentuk video. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 5(1), 18–24. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v5i1.959>
- Hasanah, S. A., Ernawati, & Santoso, A. (2024). Video company profile sebagai media promosi di home industry Griya Oksana. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v12i1.158>
- Kinanti, D. A., Sjuchro, D. W., & Wirakusumah, T. K. (2025). Implementasi teknik pengambilan gambar oleh director of photography pada produksi video feature *Silent Struggler: Searching for a Shoulder*. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5408–5418. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1447>
- Muhammad, N., & Rahmad, C. Y. (2022). Tata cahaya dalam membangun unsur dramatik pada film *Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak*. *Texture: Art and Culture Journal*, 5(2), 180–187. <https://doi.org/10.33153/textur.e.v5i2.4210>
- Nova, R. D. R., & Dompok, T. (2024). Memanfaatkan teknologi informasi dalam mewujudkan good governance di pemerintahan Kota Batam. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)*. <https://doi.org/10.33884/psnistek.v6i>
- Prasetyo, M. E., Zevri, & Everlin, S. (2022). Perancangan video klip profil komunitas K-pop Dance Invasion DC Jakarta dengan teknik *camera movement*. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 18(2), 151–162. <https://doi.org/10.24821/rekam.v18i2.7551>. Retrieved from <https://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/view/7551/2866>
- Pratama, J., & Junianto, K. (2022). Perancangan dan implementasi video profile di Sekolah SMA Kartini Batam menggunakan metode MDLC. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 4(1), 2027–2033. <https://doi.org/10.37253/nacospro.v4i1.7066>. Retrieved from <https://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/view/7066>

- Putra, G. A. (2021). *Peran bidang komunikasi publik dalam pengelolaan media sosial Pemkab Musi Banyuasin* [Skripsi, IPB University]. IPB University Repository
- Putri, I. S., Bachtiar, W., & Latif, A. T. (2025). Penerapan teknik videografi dalam proses produksi video iklan layanan masyarakat pada DP3A Kota Bogor. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 5(4), 334–349. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v5i4.8073>
- Roziqin, A. K., Arianto, W., & Saprudin. (2023). Perancangan company profile berbasis web sebagai sarana pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 1(2), 384–394. Retrieved from <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/article/view/244>
- Sabrina, A., Nursyam, Y., & Pradhono, C. (2021). Analisis type of shot dan camera angle dalam pembentuk suspense film *Perempuan Tanah Jahanam* sutradara Joko Anwar. *Offscreen: Film and Television Journal*, 1(1), 46–61. <https://doi.org/10.26887/os.v1i1.2187>
- Saputro, M. I. (2017). *Tugas videografer dalam memanfaatkan media digital di Zetta Media* [Tugas Akhir,]. Institutional Repository Universitas Sebelas Maret.
- Siahaan, A. T. P., Komariah, K., & Gumilar, G. (2025). Penerapan teknik pengambilan gambar pada produksi video feature *Tangan Kecil, Pena Besar*. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(2), 261–277. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i2.2490>