

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PENERAPAN *COLOR GRADING* DALAM PEMBUATAN
IKLAN LE TRAVAIL COFFEE

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Eko Suhariyanto (18.96.0964)

Dosen Pembimbing:

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2022

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**PENERAPAN COLOR GRADING DALAM PEMBUATAN IKLAN
LE TRAVAIL COFFEE**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Eko Suhariyanto
18.96.0964

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**

Riski Damastuti, S.Sos., M.A
(NIK.0525058803)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom
NIK. 190302125

Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Eko Suhariyanto
NIM : 18.96.0964
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 12 Desember 2022

Yang Memberikan Pernyataan



METERAI
TEMPEL
E18D1AKX086079164
Eko Suhariyanto
NIM 18.96.0964

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1). Dengan judul “Peran Sutradara dalam Produksi iklan Le Travail dengan menerapkan pendekatan *soft selling*”

Selain itu, tersusunnya skripsi ini sebagai bukti bahwa penulis sudah selesai melakukan proses produksi. Dalam prosesnya, penulis mengalami berbagai kendala serta hambatan. Namun, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, diantaranya yaitu:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Erik Hadi Saputra, S. Kom. M.Eng selaku kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar, dan memberikan saran yang membangun dalam bimbingan penulis
5. Le Travail selaku mitra yang telah mengorganisir dan memfasilitasi segala kebutuhan penulis dan menjadi objek penelitian
6. Kedua Orang Tua yang dengan sabar telah memberikan motivasi dan memberikan tuntunan dalam penelitian selama ini.
7. Ryan Ade dan Rizal Naufal. Selaku teman baik dan partner penelitian yang telah melakukan Produksi iklan terhadap Le Travail selama ini
8. *Special thanks* untuk Pasangan saya Priskila Tika yang selalu mendukung dan menyemangati saya saat mengerjakan Tugas Akhir.
9. Teman-teman penulis (Bening, Afdhal, Valentino, Nia, Imam, Tasmara, , Adhiasa) yang bersedia membantu dan memberi masukan selama proses


pengerjaan skripsi yang dilakukan penulis

10. Teman-teman seperjuangan, Keluarga besar Asrama Mahasiswa Penajam Paser Utara-Yogyakarta yang selalu memberikan saya masukan dan juga menjadi keluarga kedua di Yogyakarta

11. *Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for... for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*



Yogyakarta, 22 September 2022



Eko Suhariyanto

DAFTAR ISI

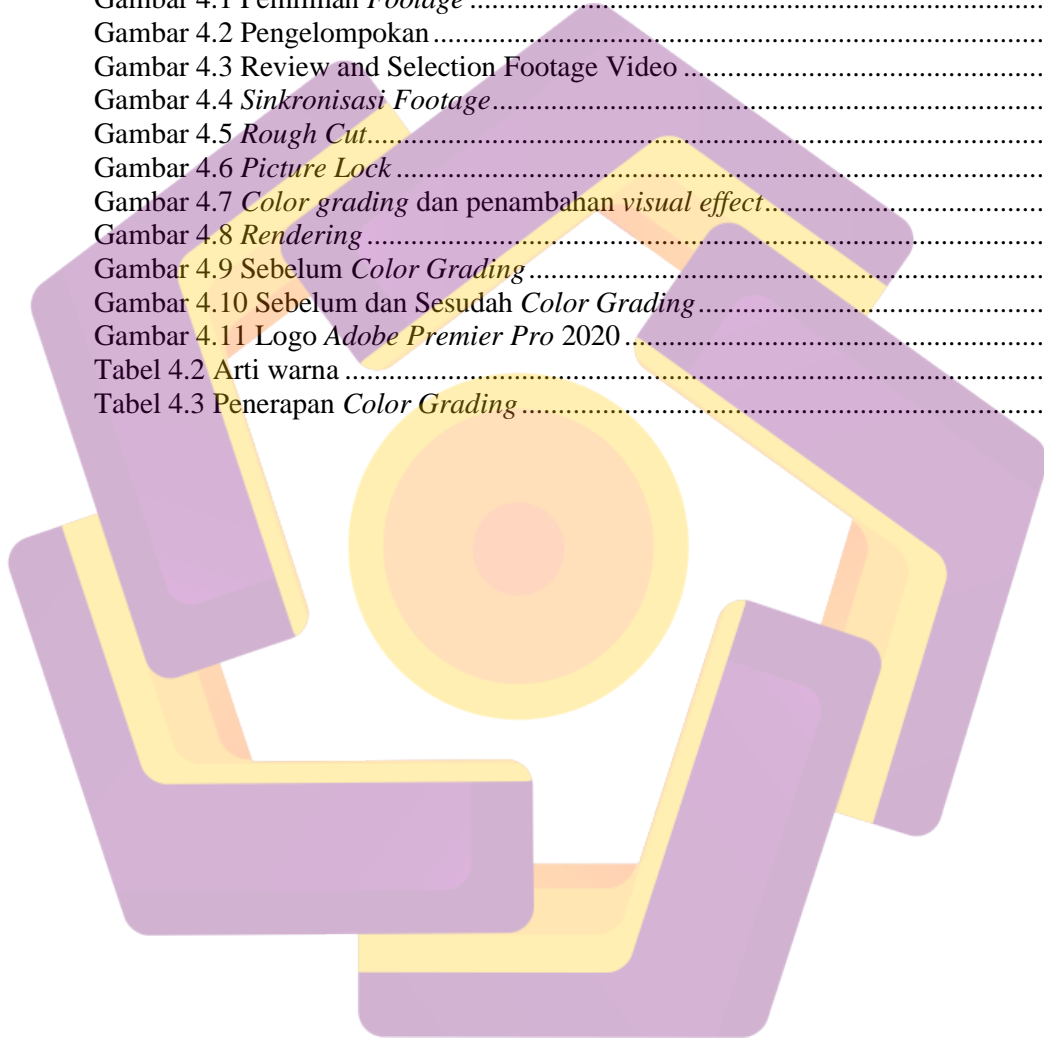
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	1
ABSTRACT	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan	10
1.4 Manfaat	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Referensi Karya	12
2.2 Landasan Teori	14
BAB III RENCANA PERANCANGAN.....	18
3.1 Gambaran Rancangan Karya	18
BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI.....	22
4.1 Deskripsi Karya	22
4.2 Uraian Proses Produksi.....	23
4.3. Kendala dan Pemecahan Masalah	38
BAB V PENUTUP.....	39
5.1. Kesimpulan	39
5.2. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik jumlah konsumen F&B di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Konsumsi Kopi Dunia	4
Gambar 1.3 Diagram Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Footage Video Starbuck – Every Name’s A Story.....	13
Gambar 2.2 Video Klip The Overtunes – Takkan Kemana	13
Gambar 2.3 Video klip YeYe - ヨレヨレ	14
Tabel 4.1 Uraian Proses Produksi	25
Gambar 4.1 Pemilihan <i>Footage</i>	26
Gambar 4.2 Pengelompokan	27
Gambar 4.3 Review and Selection Footage Video	28
Gambar 4.4 <i>Sinkronisasi Footage</i>	28
Gambar 4.5 <i>Rough Cut</i>	29
Gambar 4.6 <i>Picture Lock</i>	30
Gambar 4.7 <i>Color grading</i> dan penambahan <i>visual effect</i>	31
Gambar 4.8 <i>Rendering</i>	32
Gambar 4.9 Sebelum <i>Color Grading</i>	32
Gambar 4.10 Sebelum dan Sesudah <i>Color Grading</i>	33
Gambar 4.11 Logo <i>Adobe Premier Pro 2020</i>	34
Tabel 4.2 Arti warna	36
Tabel 4.3 Penerapan <i>Color Grading</i>	38

DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Statistik jumlah konsumen F&B di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Konsumsi Kopi Dunia	4
Gambar 1.3 Diagram Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Footage Video Starbuck – Every Name’s A Story.....	13
Gambar 2.2 Video Klip The Overtunes – Takkan Kemana	13
Gambar 2.3 Video klip YeYe - ヨレヨレ	14
Tabel 4.1 Uraian Proses Produksi	25
Gambar 4.1 Pemilihan <i>Footage</i>	26
Gambar 4.2 Pengelompokan	27
Gambar 4.3 Review and Selection Footage Video	28
Gambar 4.4 <i>Sinkronisasi Footage</i>	28
Gambar 4.5 <i>Rough Cut</i>	29
Gambar 4.6 <i>Picture Lock</i>	30
Gambar 4.7 <i>Color grading</i> dan penambahan <i>visual effect</i>	31
Gambar 4.8 <i>Rendering</i>	32
Gambar 4.9 Sebelum <i>Color Grading</i>	32
Gambar 4.10 Sebelum dan Sesudah <i>Color Grading</i>	33
Gambar 4.11 Logo <i>Adobe Premier Pro 2020</i>	34
Tabel 4.2 Arti warna	36
Tabel 4.3 Penerapan <i>Color Grading</i>	38



ABSTRAK

Iklan menjadi sebuah hal yang berpengaruh dalam keberhasilan *marketing* dari suatu usaha atau produk yang ditawarkan, bentuk iklan juga menentukan akan seperti apa reaksi balik dari para masyarakat. Mulai dari iklan media cetak seperti brosur, spanduk hingga iklan elektronik yang sering ditemui saat ini berupa video. Iklan dengan konsep video atau Audio-visual menjadi pilihan iklan yang hampir semua menggunakannya karena dilihat dari besarnya persentase jam aktif masyarakat dalam internet.

Dalam pembuatan iklan Audio-visual memerlukan peran penting dari beberapa orang di dalam kru Produksi yang berpengalaman dan ahli di bidang masing-masing dalam kelancaran produksi. Salah satunya peran *Editor video* yang bertanggung jawab dalam pasca Produksi. Biasanya dalam sebuah film atau video saat merekam dalam mode warna belum terkonsep atau datar. Jadi melalui tahap pewarnaan atau *color grading*, yang merupakan langkah pasca produksi, Gambar diberi warna atau *mood* agar menarik dan lebih banyak makna.

Penulis membuat Iklan Audio-visual ini bertujuan untuk dijadikan sebagai pengganti skripsi konvensional dan melakukan tugas akhir sebagai gantinya yang dikerjakan secara berkelompok yang masing-masing berperan penting dalam pembuatan iklan mulai dari pra-produksi hingga pasca produksi

Kata Kunci: Pasca Produksi, Video Editor, *Color grading*

ABSTRACT

Advertising becomes an influential thing in the marketing success of a business or product being offered, the form of advertising also determines what the reaction will be like from the public. Starting from print media advertisements such as brochures, banners to electronic advertisements that are often found today in the form of videos. Advertising with the concept of video or audio-visual is the choice of advertising that almost all use it because it is seen from the large percentage of people's active hours on the internet.

In making Audio-visual advertisements requires an important role from several people in the Production crew who are experienced and experts in their respective fields in smooth Production. One of them is the role of a video editor who is responsible for post-production. Usually in a movie or video when recording in Color mode is not drafted or flat. So through the coloring stage or color grading, which is a post-production step, the image is given a color or mood to make it interesting and have more meaning.

The author makes this Audio-visual Advertisement which aims to be used as a substitute for conventional thesis and performs the final project instead which is done in groups, each of which plays an important role in making advertisements from pre-production to post-production.

Keywords: *Post Production, Video Editor, Color grading*