

SKRIPSI
SKEMA ARTIS CONTENT CREATOR
PERAN DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY DALAM MEMBANGUN
CERITA VISUAL VIDEO COMPANY PROFILE KAMPUNG BATIK
GIRILOYO

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

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :
Alfian Dika Octavianto
18.96.0618

Dosen Pembimbing:
Rivga Agusta, S.IP, MA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2022/2023)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

**PERAN DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY DALAM MEMBANGUN
CERITA VISUAL VIDEO COMPANY PROFILE KAMPUNG BATIK
GIRILOYO**

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Alfian Dika Octavianto
18.96.0618

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Rivga Agusta, S.IP, MA
(NIK. 190302319)

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 : Alfian Dika Octavianto
NIM : 18.96.0618
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan sosial
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, 2 November 2022
Yang Memberikan Pernyataan



Alfian Dika Octavianto
NIM. 18.96.0618

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) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Rivga Agusta, S.IP, MA (Dosen Pembimbing)
5. Paguyuban kampung batik Giriloyo bantul (Pihak instansi/objek penelitian)*
6. Orang Tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
7. Ibu windaningsih, Bapak dayat dan dik desti yang selalu memberikan semangat dan motivasi

Tentunya dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan yang harus dibenahi, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat berguna dan bermanfaat untuk membantu penulis dalam menyempurnakan penulisan skripsi ini

Yogyakarta, 2 November 2022

Penulis

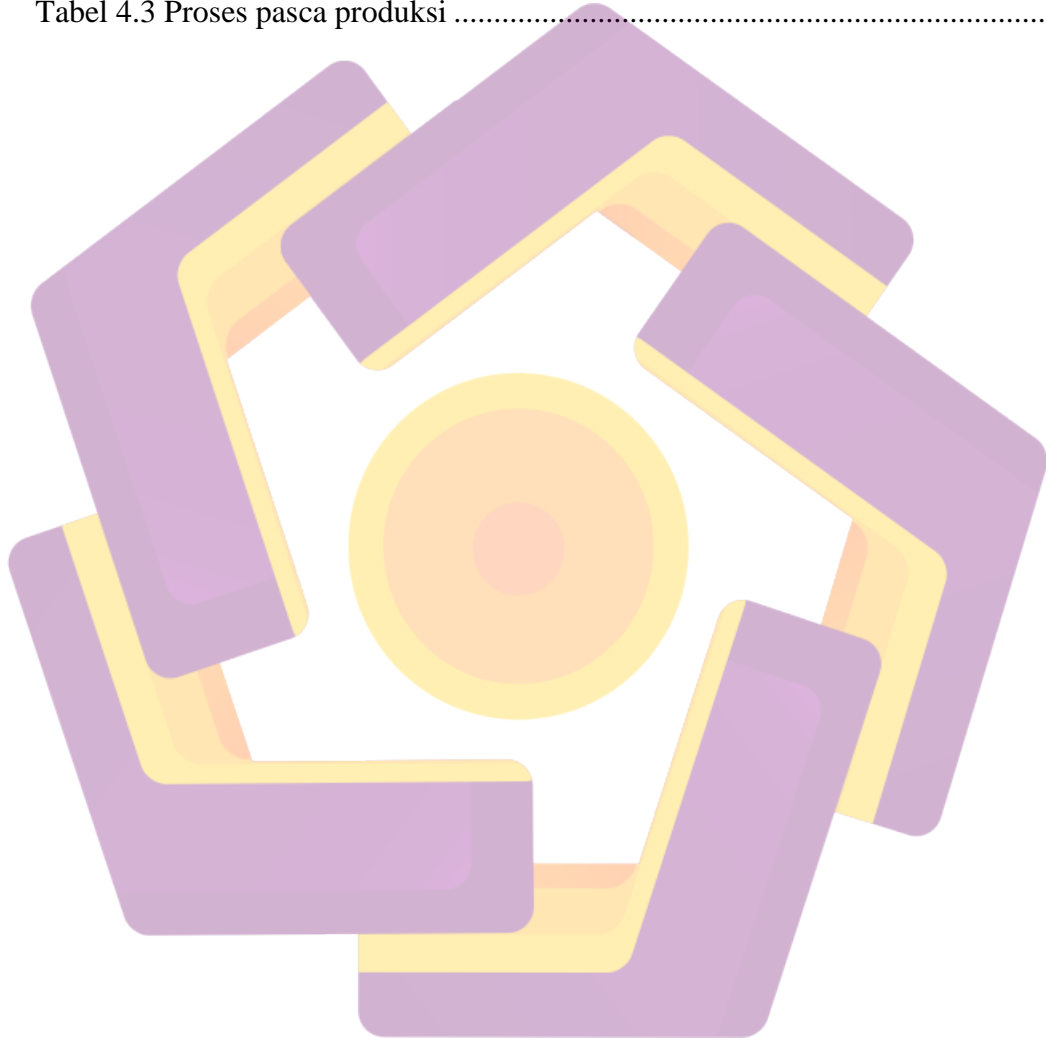
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	1
<i>ABSTRACT</i>	2
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4. Manfaat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Referensi Karya	8
2.1.1 Referensi Jurnal	8
2.1.2 Referensi Literatur	10
2.1.3 Referensi video	14
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Sinematografi	16
2.2.2 Video	17
2.2.3 <i>Company profile</i>	17
2.2.4 Unsur <i>Company profile</i>	18
2.2.5 Fungsi <i>Company profile</i>	19
2.2.6 <i>Director of photography</i>	19
2.2.7 Jenis <i>shot</i>	21
2.2.8 <i>Framing</i>	26
2.2.9 Komposisi	27
2.3.0 Promosi	29
BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA	30
3.1. Gambaran Rancangan Karya	30

3.1.1 Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Content Creator</i>	30
3.1.2. Format Konten	30
3.1.3. Format Media	31
3.1.4. Volume Konten.....	32
3.1.5. Target Audiens	32
3.1.6. Periode Publikasi Konten	33
3.2. Gambaran Isi Pesan Karya.....	33
BAB IV ULASAN PERANCANGAN KARYA.....	35
4.1. Deskripsi Karya	35
4.2. Uraian Proses Produksi.....	36
a. Pra produksi	36
b. Produksi	38
c. Pasca Produksi	40
4.2.1 <i>Director of photography</i> (DOP)	41
4.2.2 Teknik Sinematografi	42
1. <i>Framing</i>	42
2. <i>Light and color</i>	45
3. <i>The lens</i>	46
4. <i>Movement camera</i>	48
2.2.3 Jenis <i>shot</i>	51
2.2.4 Komposisi	55
4.3. Kendala dan Pemecahan Masalah.....	58
4.3.1 Kendala	58
4.3.2 Pemecahan masalah.....	59
BAB V PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61
a. Saran Untuk Mitra	61
b. Saran untuk pembuat karya selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi karya	8
Tabel 4.1 Proses pra produksi.....	36
Tabel 4.2 Proses produksi	38
Tabel 4.3 Proses pasca produksi	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Buku <i>The Visual Story</i>	11
Gambar 2.2 Buku <i>The Filmmaker's Eye</i>	12
Gambar 2.3 Buku <i>The Cinematographer's Handbook</i>	13
Gambar 2.4 Video “ <i>Company Profile Batik Putra Ghofur</i> ”	14
Gambar 2.5 Video “ <i>Paradise Batik Video Company Profile</i> ”	15
Gambar 2.6 Video “ <i>Profil desa wisata pandanrejo</i> ”	16
Gambar 2.7 <i>Extreme close-up</i> dalam video youtube “ <i>Jenis-Jenis Shot Film #1 - Tutorial Dasar Sinematografi & Videografi</i> ”	22
Gambar 2.8 <i>Close-up</i> dalam video youtube “ <i>Jenis-Jenis Shot Film #1 - Tutorial Dasar Sinematografi & Videografi</i> ”	23
Gambar 2.9 <i>Medium shot</i> dalam video youtube “ <i>Jenis-Jenis Shot Film #1 - Tutorial Dasar Sinematografi & Videografi</i> ”	24
Gambar 2.10 <i>Long shot</i> dalam video youtube “ <i>Jenis-Jenis Shot Film #1 - Tutorial Dasar Sinematografi & Videografi</i> ”	25
Gambar 2.11 <i>Extreme long shot</i> dalam video “ <i>Jenis-Jenis Shot Film #1 - Tutorial Dasar Sinematografi & Videografi</i> ”	26
Gambar 4.1 <i>Framing nose room</i> dalam video “ <i>Company profile kampung batik Giriloyo</i> ”.....	43
Gambar 4.2 <i>Framing Head room</i> dalam video “ <i>Company profile kampung batik Giriloyo</i> ”	44
Gambar 4.3 <i>Framing walking room</i> dalam video “ <i>Company profile kampung batik Giriloyo</i> ”	45
Gambar 4.4 <i>Light and color</i> dalam video “ <i>Company profile kampung batik Giriloyo</i> ”	46
Gambar 4.5 <i>Depth of field (DOF) sempit</i> dalam video “ <i>Company profile kampung batik Giriloyo</i> ”	47
Gambar 4.6 <i>Depth of field (DOF) luas</i> dalam video “ <i>Company profile kampung batik Giriloyo</i> ”	48
Gambar 4.7 <i>Movement camera (Crab)</i> dalam video “ <i>Company profile kampung</i>	

batik Giriloyo”	49
Gambar 4.8 <i>Movement camera</i> (Pan)) dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	50
Gambar 4.9 <i>Movement camera</i> (Dolly) dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	51
Gambar 4.10 Jenis <i>shot</i> (<i>Extreme close-up</i>) dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	52
Gambar 4.11 Jenis <i>shot</i> (<i>Close-up</i>) dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	53
Gambar 4.12 Jenis <i>shot</i> (<i>Medium shot</i>) dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	53
Gambar 4.13 Jenis <i>shot</i> (<i>Long shot</i>) dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	54
Gambar 4.14 Jenis <i>shot</i> (<i>Extreme Long shot</i>) dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	55
Gambar 4.15 Komposisi <i>rule of third</i> dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	56
Gambar 4.16 Komposisi <i>frame within a frame</i> dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	57
Gambar 4.17 Komposisi <i>leading lines</i> dalam video “ <i>Company profile</i> kampung batik Giriloyo”	58

ABSTRAK

Di era digital saat ini kita dengan sangat mudah mencari dan menemukan informasi apapun sesuai keinginan kita, media informasi saat ini sangat mudah untuk diakses dimanapun dan kapanpun kita berada, salah satu bentuk dari pemanfaatan media informasi saat ini adalah sebagai media promosi, mulai dari jasa, produk, maupun perusahaan. Melalui media informasi proses promosi akan jauh lebih efektif dan efisien karena mudah untuk diakses semua orang. Video company profile menjadi salah satu bentuk promosi perusahaan yang sangat menarik untuk saat ini. Dengan begitu penulis berkesempatan bekerja sama dengan paguyuban kampung batik Giriloyo yang berada di Bantul, untuk memproduksi video company profile kampung batik Giriloyo dengan konsep batik lestari, video company profile ini nantinya berguna sebagai identitas dari kampung batik giriloyo serta sebagai media promosi agar lebih dikenal luas dan menarik minat khalayak muda untuk turut melestarikan kesenian budaya batik. Peran penulis dalam produksi video company profile ini adalah sebagai director of photography (DOP), penulis bertanggung jawab untuk memvisualkan konsep cerita yang sebelumnya telah direncanakan ke dalam bentuk video, dengan menerapkan unsur dan teknik dalam sinematografi meliputi framing, komposisi, movement kamera, dan lain-lain. Penulis bertugas penuh atas penciptaan cerita visual yang menarik dan profesional sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam video nantinya dapat diterima oleh audiens.

Kata Kunci: *company profile, batik, visual, director of photography, informasi*

ABSTRACT

In today's digital era we are very easy to find and find any information according to our wishes, the current information media is very easy to access wherever and whenever we are, one form of utilization of Information media Today is as a promotional media, ranging from services, products, and companies. Through Information Media, the promotion process will be much more effective and efficient because it is easy for everyone to access. Video company profile is one form of company promotion that is very interesting for now. With so the author had the opportunity to work with the community of Kampung Batik Giriloyo located in Bantul, to produce video company profile kampung batik Giriloyo with the concept of sustainable batik, video company profile will be useful as the identity of kampung batik giriloyo as well as promotional media to be more widely known and attract young audiences to help preserve the art of batik culture. The role of the author in the production of video company profile is as director of photography (DOP), the author is responsible for visualizing the concept of the story that had previously been planned into the form of video, by applying elements and techniques in cinematography include framing, composition, camera movement, and others. The author is in full charge of creating an interesting and professional visual story so that the message to be conveyed in the video can later be received by the audience.

Keywords: *company profile, batik, visual, director of photography, information*

