

**ANALISIS ISI KUANTITATIF SINEMATOGRAFI  
IKLAN BUKALAPAK SERI "BU LINDA"**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**Marcelinus Prabandaru Dewantoro**

**17.96.0007**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**ANALISIS ISI KUANTITATIF SINEMATOGRAFI  
IKLAN BUKALAPAK SERI "BU LINDA"**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**Marcelinus Prabandaru Dewantoro**

**17.96.0007**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS ISI KUANTITATIF SINEMATOGRAFI  
IKLAN BUKALAPAK SERI "BU LINDA"**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Marcelinus Prabandaru Dewantoro**

**17.96.0007**

telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi  
pada tanggal 4 Januari 2023

**Dosen Pembimbing**



**Monika Pretty Aprilia, M.Si**

**NIK: 0526048503**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS ISI KUANTITATIF SINEMATOGRAFI**

**IKLAN BUKALAPAK SERI "BU LINDA"**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Marcelinus Prabandaru Dewantoro**

**17.96.0007**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 18 Januari 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

Rivga Agusta, S.IP, MA.  
NIK. \_\_\_\_\_

Andreas Tri Pamungkas, M.A.  
NIK. 190302522

Kartika Sari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302444

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 18 Januari 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom**

**NIK. 190302135**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 2 Januari 2023



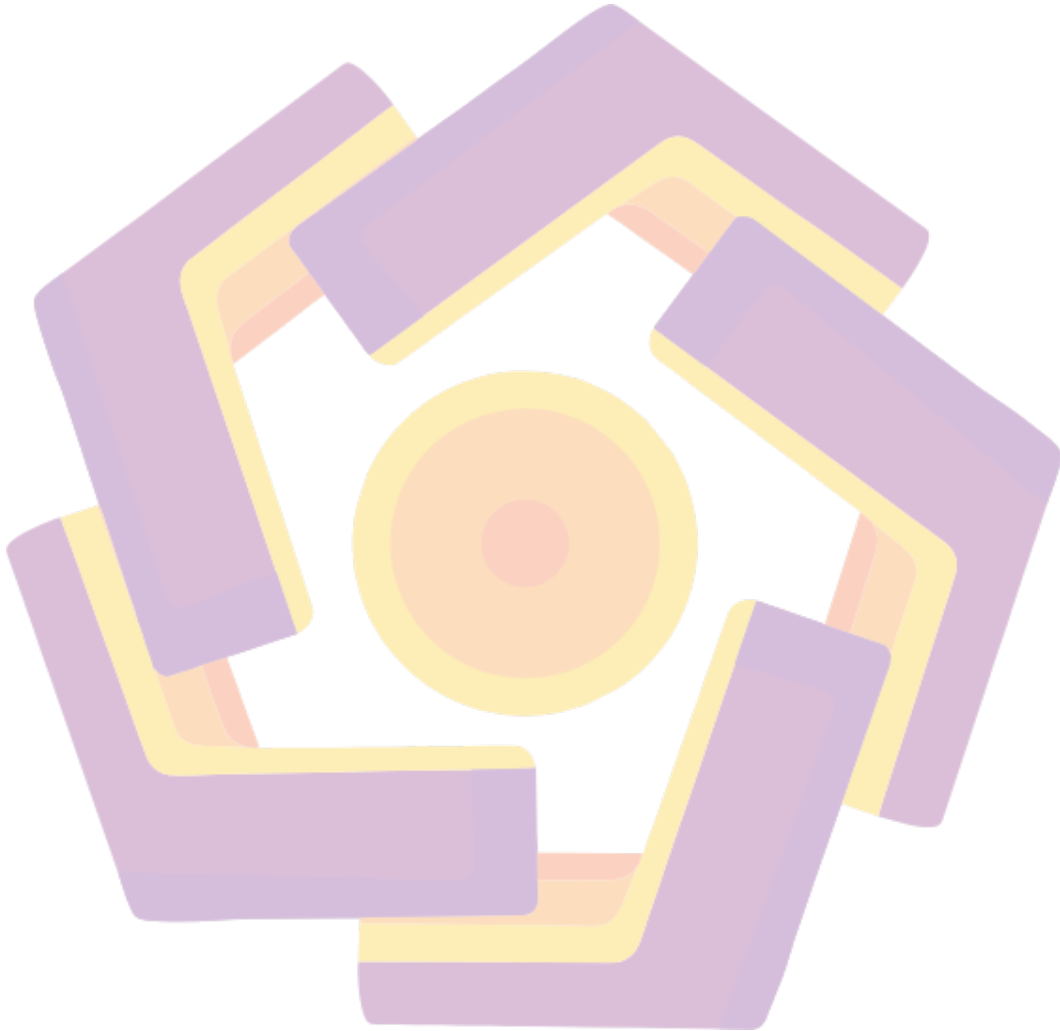
Marcelinus Prabandaru Dewantoro

NIM. 17.96.0007

**MOTTO**

*Yesterday is history, tomorrow is a mystery.  
But today is a gift. That's why it is called present.*

**~ Master Oogway**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas karunia dan berkat-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "Analisis Isi Kuantitatif Sinematografi Iklan Bukalapak Seri "Bu Linda". Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana strata 1 di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan, pengarahan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengutarakan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Falkutas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng, selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Monika Pretty Aprilia, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sepenuh hati memberikan nasehat, bimbingan, saran, dan instruksi dengan kesabaran yang luar biasa.
5. Elafara Safitri selaku mentor yang bersedia memberikan bantuan berupa nasehat dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Thomas Kristanto dan Emilia Kusumaningrum Dwi Antarti selaku orang tua serta Cornelia Lintang Cahya Arganingrum selaku adik saya yang selalu memberikan dukungan secara materi, moral, serta doa kepada penulis.
7. Eling Kris Prakoso dan Petrus Setyono Lintang W. yang telah bersedia menjadi pengkoder dalam penelitian ini.
8. Kawan-kawan dari Senthir Studio dan Komsos Somohitan yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta cacian yang membangun bagi peneliti.

9. Teman-teman mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi 2017 atas segala bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dari skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap menerima masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas karya ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Yogyakarta, 2 Januari 2023




Marcelinus Prabandaru Dewantoro





## DAFTAR ISI

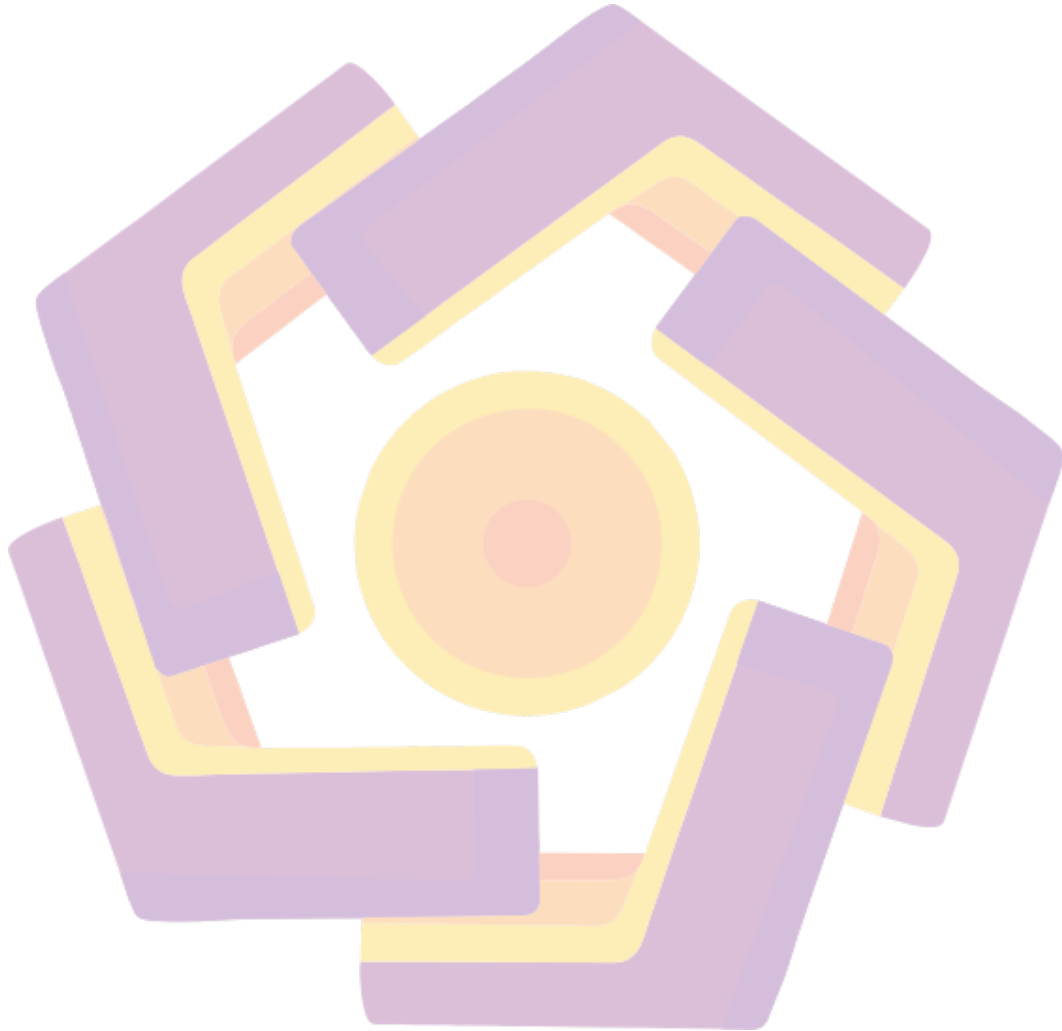
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Bab .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Sinematografi.....	7
2.1.2 Iklan .....	18
2.1.3 Bukalapak .....	20
2.1.4 Iklan Bukalapak “Bu Linda”.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	24
3.2 Jenis Penelitian .....	24
3.2.1 Metode Penelitian .....	24
3.2.2 Analisis isi.....	25
3.3 Unit Analisis.....	26
3.4 Objek Penelitian .....	26
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	26



3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.8 Instrumen Penelitian.....	27
3.9 Tahap Pengolahan Data.....	28
3.10 Teknik Analisis Data.....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	30
4.1.1 Profil bukalapak.....	30
4.1.2 Profil Iklan “Bu Linda”.....	31
4.2 Penyajian Data.....	32
4.2.1 Hasil Pengumpulan Data.....	32
4.3 Analisis Temuan Peneliti.....	32
4.3.1 Uji Reliabilitas.....	32
4.3.2 Temuan Hasil Penelitian.....	36
4.4 Pembahasan.....	38
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran.....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>1</b>

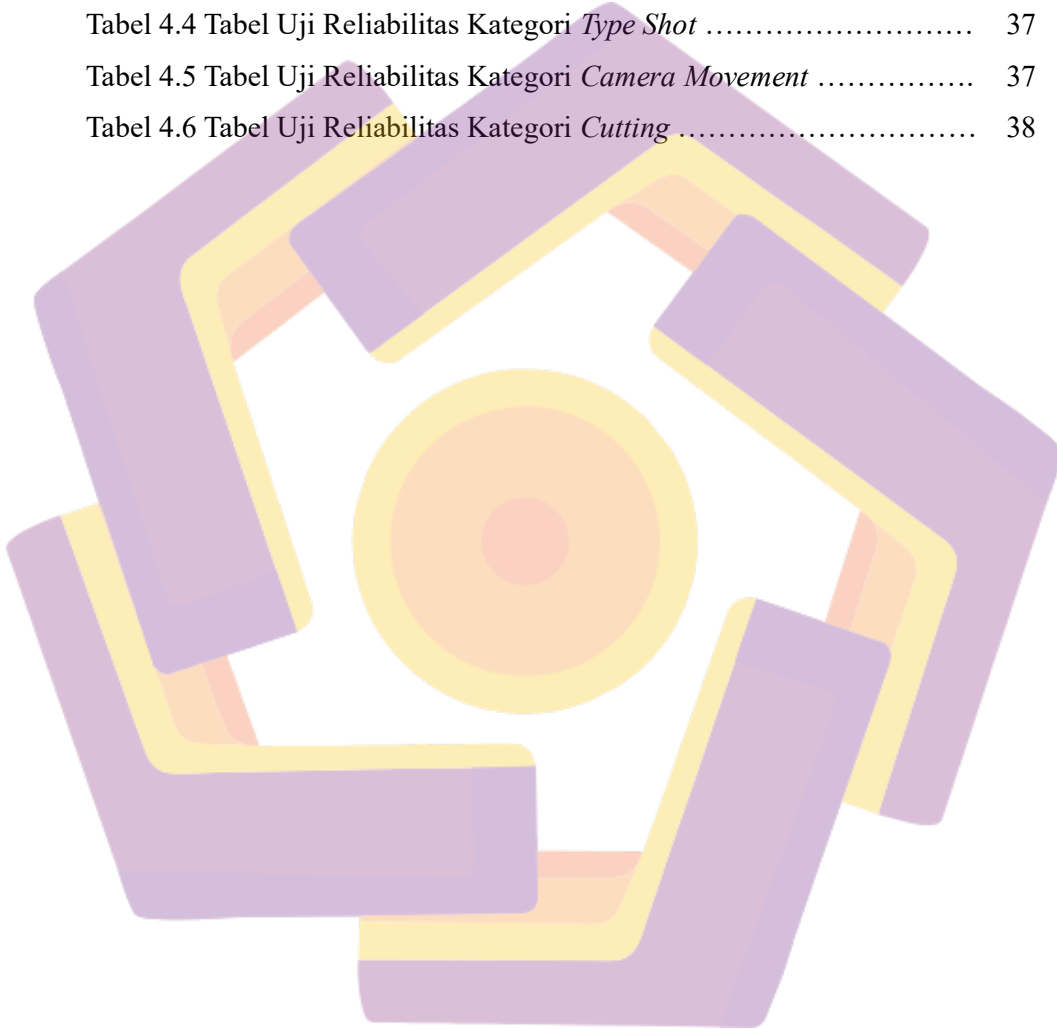
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 4.1 Logo Bukalapak .....	30
Gambar 4.2 Iklan “Bu Linda” .....	31



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Uji Reliabilitas .....	34
Tabel 4.2 Tabel Uji Reliabilitas Kategori <i>Composition</i> .....	36
Tabel 4.3 Tabel Uji Reliabilitas Kategori <i>Angle Shot</i> .....	36
Tabel 4.4 Tabel Uji Reliabilitas Kategori <i>Type Shot</i> .....	37
Tabel 4.5 Tabel Uji Reliabilitas Kategori <i>Camera Movement</i> .....	37
Tabel 4.6 Tabel Uji Reliabilitas Kategori <i>Cutting</i> .....	38



## ABSTRAK

Dalam pembuatan film atau iklan, sinematografi sangat diperlukan dalam pembentukan visual serta alur cerita dari suatu film atau iklan. Teknik sinematografi ini meliputi komposisi gambar, *angle* gambar, *moving* gambar, tata cahaya, dan lain-lain. Pada penelitian ini juga akan diteliti teknik sinematografi yang digunakan pada iklan Bukalapak seri “Bu Linda” dengan menggunakan indikator dari teori Joseph V. Mascelli A.S.C yakni *composition*, *angle shot*, *type shot*, *camera movement*, dan *cutting*. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi (content analysis) dengan pendekatan secara kuantitatif. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Holsti untuk mengukur reliabilitas antar pengkoder dengan data nominal dalam bentuk persentase. Beberapa kategori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi aspek komposisi, *angle shot*, *type shot*, *camera movement*, dan *cutting* sesuai dengan unsur-unsur sinematografi Joseph V. Mascelli A.S.C. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknik *composition* yang paling banyak digunakan adalah *rule of third* dengan persentase 34,3%. Untuk teknik *angle shot* yang paling banyak digunakan adalah *eye level/normal angle* sebanyak 75,9%. Untuk teknik *type shot* yang paling banyak digunakan adalah *medium shot* sebanyak 54,6%. Kemudian untuk teknik *camera movement* yang paling banyak digunakan adalah *dolly in/dolly out angle* sebanyak 32,0%. Terakhir untuk teknik *cutting* yang paling banyak digunakan adalah *cut away* sebanyak 49,1%.

Kata Kunci: Analisis isi, Bukalapak, Sinematografi, Iklan,

## **ABSTRACT**

*In making films or commercials, cinematography is highly needed in forming visuals and story plot from a film or commercial. This cinematography technique includes image composition, image angle, moving image, lighting, and so on. In this research, it will also examine the cinematography technique used in the Bukalapak's series "Bu Linda" commercial using indicators from Joseph V. Mascelli A.S.C's theory, which are composition, angle shot, type shot, camera movement, and cutting. This research uses content analysis method with quantitative approach. Reliability test in this research is conducted by using Holsti formula to measure reliability between coders with nominal data in the form of percentages. Several categories used in this research include aspects of composition, angle shot, type shot, camera movement, and cutting according to the cinematography elements of Joseph V. Mascelli A.S.C. The result of this research shows that the most used composition technique is rule of third with a percentage of 34.3%. For angle shot, the most used is eye level/normal angle which is 75.9%. For type shot, the most used is medium shot which is 54.6%. Then for camera movement, the most used is dolly in/dolly out angle which is 32.0%. Lastly, for cutting technique, the most used is cut away which is 49.1%.*

*Keyword: Advertising, Bukalapak, Content Analysis, Cinematography,*