

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PENERAPAN COLOR GRADING PADA IKLAN VIDEO PRODUK
ZINIVA

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



Oleh :

Gilang Arsil Pratama

18.96.0976

Dosen Pembimbing:

Riski Damastuti, S.Sos Ma

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKAS
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2023)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

PENERAPAN COLOR GRADING PADA IKLAN VIDEO PRODUK
ZINIVA

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

Diajukan oleh:

Gilang Arsil Pratama

18.96.0976

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Riski Damastuti, SSos Ma

(NIK. 190302000)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

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

NIK. 190302125

NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Gilang Arsil Pratama
NIM : 18.96.0976
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, [21 Desember, 2022]

Yang Memberikan Pernyataan



Gilang Arsil Pratama

NIM. 18.96.0976

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. 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. Selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan juga memberikan saran yang membangun dalam bimbingan penulis.
5. Pt. Ziniva Naturalisasi Beauti selaku mitra kerja
6. Kedua Orang Tua beserta Keluarga yang selalu menyemangati dan memberikan motivasi dalam penelitian ini.
7. Dewal Fauzi dan Fairus Sadiq. Selaku teman baik dan juga partner penelitian dalam melakukan produksi iklan ini.
8. Teman teman penulis yang sudah mau melibatkan diri pada tahap produksi iklan.

9. Teman teman organisasi Serikat Keluarga Pelajar Mahasiswa Halahera Selatan Yogyakarta (SKPM-HALSEL YK) yang telah turut menyemangati dan memberikan motivasi.
10. Semua orang yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian TA skripsi ini terima kasih banyak, Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat atas amalan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan TA skripsi ini.

Yogyakarta, [21, Desember, 2022]



Gilang Arsil Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penciptaan	6
1.4. Manfaat Penciptaan	7
1.4.1. Manfaat Praktis	7
1.4.3. Manfaat Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Karya Referensi.....	8
2.2 Landasan Teori Karya	12
BAB III KONSEP PENCIPTAAN	22
3.1. Gambaran Rancangan Karya	22

3.2. Gambaran Isi Pesan Karya26

BAB IV ULASAN KARYA PERANCANGAN.....27

4.1. Deskripsi Karya27

4.2. Uraian Proses Produksi28

4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah.....43

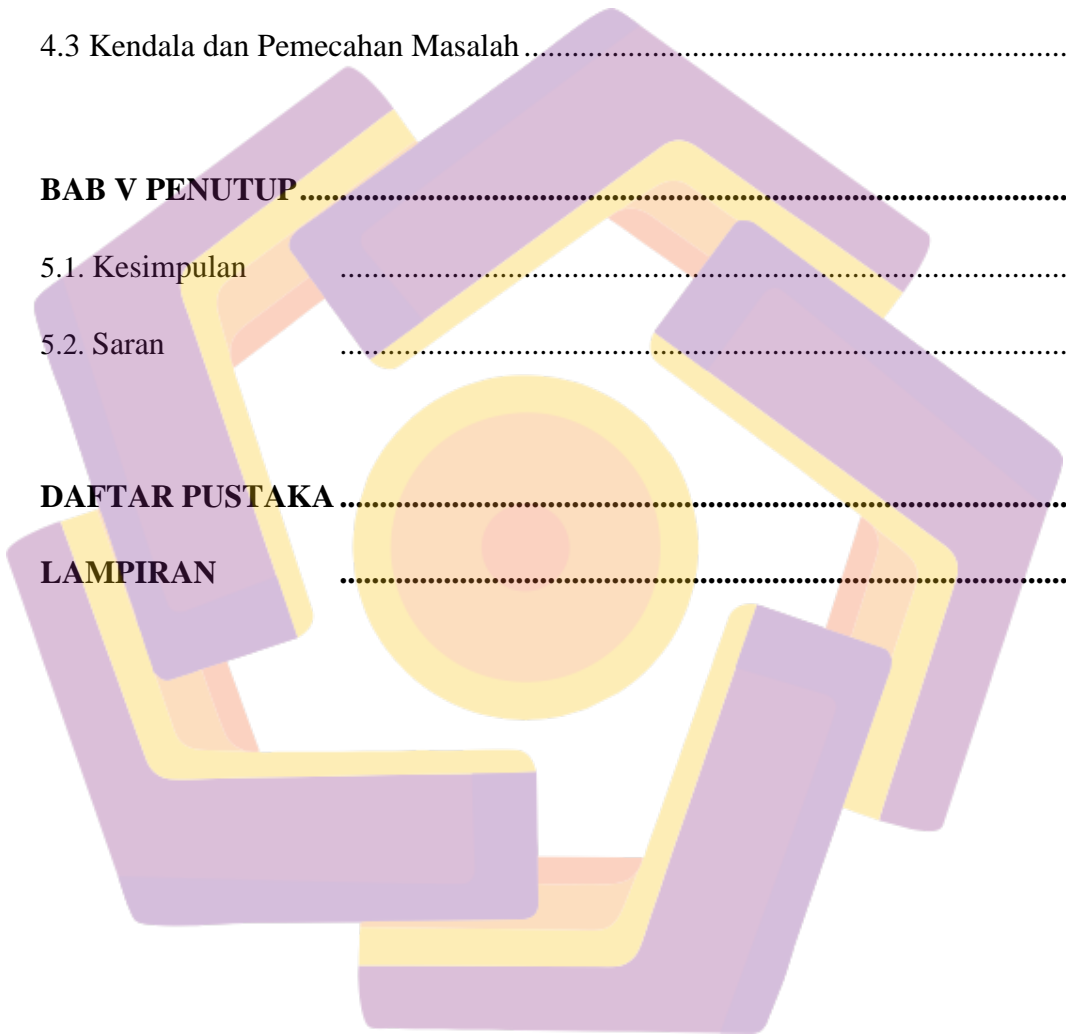
BAB V PENUTUP.....45

5.1. Kesimpulan45

5.2. Saran45

DAFTAR PUSTAKA.....47

LAMPIRAN50



ABSTRAK

Dalam pembuatan iklan Audio-visual tentunya memerlukan tim yang berpengalaman dan ahli di bidang masing-masing mulai dari tahap pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Salah satunya yaitu peran seorang editor video yang bertanggung jawab penuh dalam tahap pasca produksi. Pada tahap produksi biasanya perkemana sebuah film atau video belum memiliki warna yang sempurna atau terkonsep. Proses penyempurnaan pewarna akan dilakukan pada tahap pasca produksi yang dilaksanakan oleh seorang video editor atau *colirst* sehingga film atau video memiliki suasana pada karkater warna yang diterapkan .

Kata Kunci: video editor, color grading, colorist, warna

ABSTRACT

In making Audio-visual advertisements, of course, you need a team of experienced and experts in their respective fields starting from the pre-production stage. production to post production. One of them is the role of a video editor who is fully responsible for the post-production stage. In the production stage, usually where does a film or video not have perfect color or concept. The dye refinement process will be carried out in the post-production stage which is carried out by a video editor or artist so that the film or video has an atmosphere in the color characters that are applied.

Keywords: video editor, color grading, colirst, color