

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PENERAPAN KOMPOSISI DINAMIK DALAM PEMBUATAN
IKLAN AUDIO VISUAL ZINIVA OFFICIAL

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

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

Fayrus Sadiq (18.96.0954)

Dosen Pembimbing:

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PENERAPAN KOMPOSISI DINAMIK DALAM PEMBUATAN IKLAN
AUDIO VISUAL ZINIVA OFFICIAL

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Fayrus Sadiq
18.96.0954

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Riski Damastuti, S.Sos., M.A
(NIK. 190302475)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial
Komunikasi**



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

Ketua Program Studi Ilmu



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

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fayrus Sadiq
NIM : 18.96.0954
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.

20 Maret 2023
Yogyakarta, [~~Engel~~, ~~Balen~~, ~~Engel~~]

Yang Memberikan Pernyataan



Fayrus Sadiq

NIM. 18.96.0954

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 Letravail 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. Letravail 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 Eko Suharyanto. Selaku teman baik dan partner penelitian yang telah melakukan Produksi iklan terhadap Letravail selama ini
8. Teman-teman penulis (Bening, Afdhal, Valentino, Nia, Imam, Tasmara, Angga, Adhiasa) yang bersedia membantu dan memberi

masukannya selama pengerjaan skripsi yang dilakukan penulis

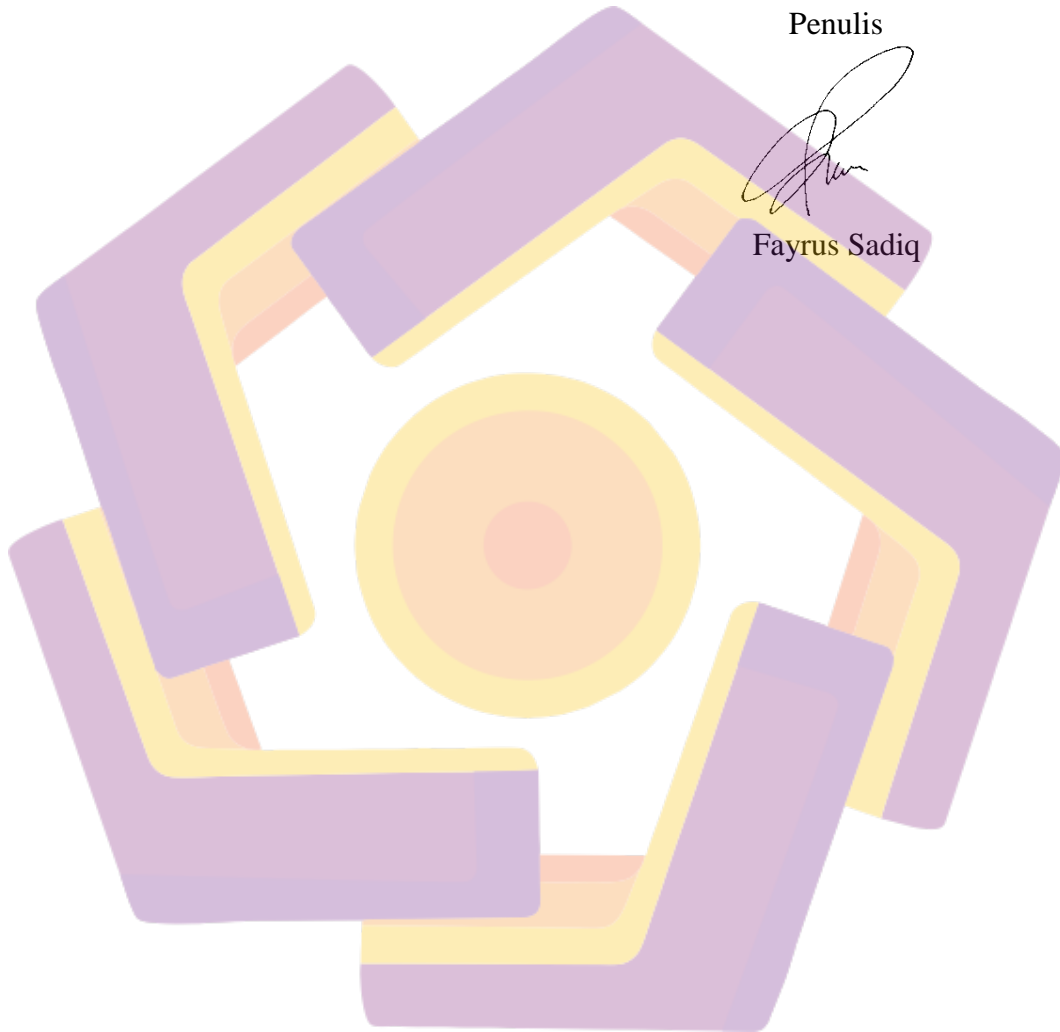
9. Teman satu kos yang selalu membantu dan memberikan semangat setiap hari (Roni, Bondan, dan Elang)

Yogyakarta, [21, Desember, 2022]

Penulis



Fayrus Sadiq



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK.....	1
ABSTRACT	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Referensi Karya	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Iklan	13
2.2.2 Komposisi Dinamik	15
2.2.3 <i>Director of Photography</i>	17
2.2.4 Sudut Kamera	19
2.2.5 Ukuran Gambar	20
BAB III RENCANA PERANCANGAN.....	22
3.1 Gambaran Rancangan Karya	22
3.2 Gambaran Rancangan Karya	25
BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI.....	26
4.1 Deskripsi Karya	26
4.2 Uraian Proses Produksi	26
4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah	39
BAB V PENUTUP.....	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41



ABSTRAK

Iklan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan marketing dari usaha atau produk yang ditawarkan, bentuk iklan juga menentukan akan seperti apa reaksi balik dari masyarakat. Mulai dari iklan di media cetak seperti brosur, spanduk hingga iklan elektronik yang saat ini sering kita jumpai dalam bentuk video. Iklan dengan konsep video atau audio visual merupakan alat periklanan yang digunakan oleh hampir semua orang, karena terlihat dari tingginya presentase jam aktif masyarakat di internet.

Dalam produksi iklan audio visual, beberapa tim produksi yang ahli di bidangnya masing-masing berperan penting dalam memastikan kelancaran produksi salah satunya adalah peran *Director of Photography* yang bertugas saat pra produksi dan produksi.

Konsep estetik dalam pembuatan video iklan *Ziniva Official* menggunakan komposisi dinamik sebagai media untuk membangun sebuah *visual story telling* dalam video iklan. *Visual story telling* adalah menyampaikan sebuah cerita secara naratif berdasarkan urutan kejadian-kejadian tertentu dengan menggunakan *image* visual atau grafik, baik sedang bergerak maupun diam. Penggunaan komposisi dinamik pada *Director of Photography* video iklan *Ziniva Official* bertujuan untuk menyampaikan bahwasanya berani tampil dan percaya diri itu penting, melalui dominasi ukuran dan posisi karakter utama dalam penataan elemen visual komposisi gambar pada *Director of Photography*.

Kata Kunci: pra produksi, produksi, *Director of Photography*, komposisi dinamik

ABSTRACT

Advertising is one of the factors that can influence the success of the marketing of the business or product offered, the form of the advertisement also determines what the public reaction will be. Starting from advertisements in print media such as brochures, banners to electronic advertisements which we often encounter in the form of videos. Advertisements with video or audio-visual concepts are advertising tools that are used by almost everyone, as seen from the high percentage of people's active hours on the internet.

In the production of audio visual advertisements, several production teams who are experts in their respective fields play an important role in ensuring the smooth production, one of which is the role of the Director of Photography who is in charge of pre-production and production.

The aesthetic concept in making ad videos Ziniva Official uses dynamic composition as a medium to build a visual story telling in advertising videos. Visual story telling is telling a story narratively based on a certain sequence of events by using visual or graphic images, both moving and still. The use of dynamic composition in the Director of Photography video ad Ziniva Official aims to convey that daring to appear and being confident is important, through the domination of the size and position of the main character in the arrangement of the visual elements of image composition in the Director of Photography.

Keywords: *pre production, production, Director of Photography, dynamic composition*