

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR*

***COLOR GRADING* DALAM MEMBANGUN DRAMATISASI**
VIDEO IKLAN NASI KULIT BJPLAT
“BAYANGIN AJA – BJPLAT X ESERCE”

Diajukan sebagai syarat salah satu syarat dalam mencapai gelar
Sarjana strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Tatag Satya Wardhana 19.96.1106

Dosen Pembimbing :

Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A

NIK. 190302522

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR*

***COLOR GRADING* DALAM MEMBANGUN DRAMATISASI**
VIDEO IKLAN NASI KULIT BJPLAT
“BAYANGIN AJA – BJPLAT X ESERCE”

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

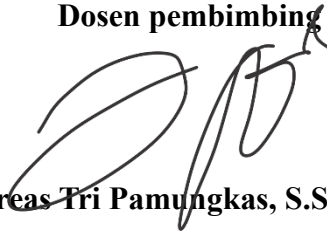
Diajukan oleh :

Tatag Satya Wardhana

19.96.1106

Menyetujui,

Dosen pembimbing



Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A

NIK. 190302522

**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 : Tatag Satya Wardhana

NIM : 19.96.1106

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, 23 April 2023

Yang Memberikan Pernyataan



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tatag Satya Wardhana', is written over the stamp and QR code.

Tatag Satya Wardhana

NIM.19.96.1106

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas ke hadirat 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.I.Kom. M. Eng selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu tulus dan sabar dalam membimbing penulis.
5. Agus Purwanto selaku Founder Nasi Kulit BJPlat yang telah memfasilitasi penulis dalam pengerjaan skripsi karya ini.
6. Vivi selaku tim marketing PT.Sampoerna (ESERCE) yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi karya ini.
7. Orang tua penulis yang dengan sabar menunggu penulis menyelesaikan penyusunan skripsi.
8. Rizdhan Driya Hidayatullah dan Ibrah Mumtaz Fauzi selaku tim inti produksi video iklan.
9. Eka Mei Liyawati yang selalu memberikan semangat serta dukungan mental untuk menyelesaikan skripsi.
10. Riyoga Gusti Fadhila yang selalu membantu penulis dalam mengerjakan skripsi.

Yogyakarta, 23 April 2023



Tatag Satya Wardhana

DAFTAR ISI

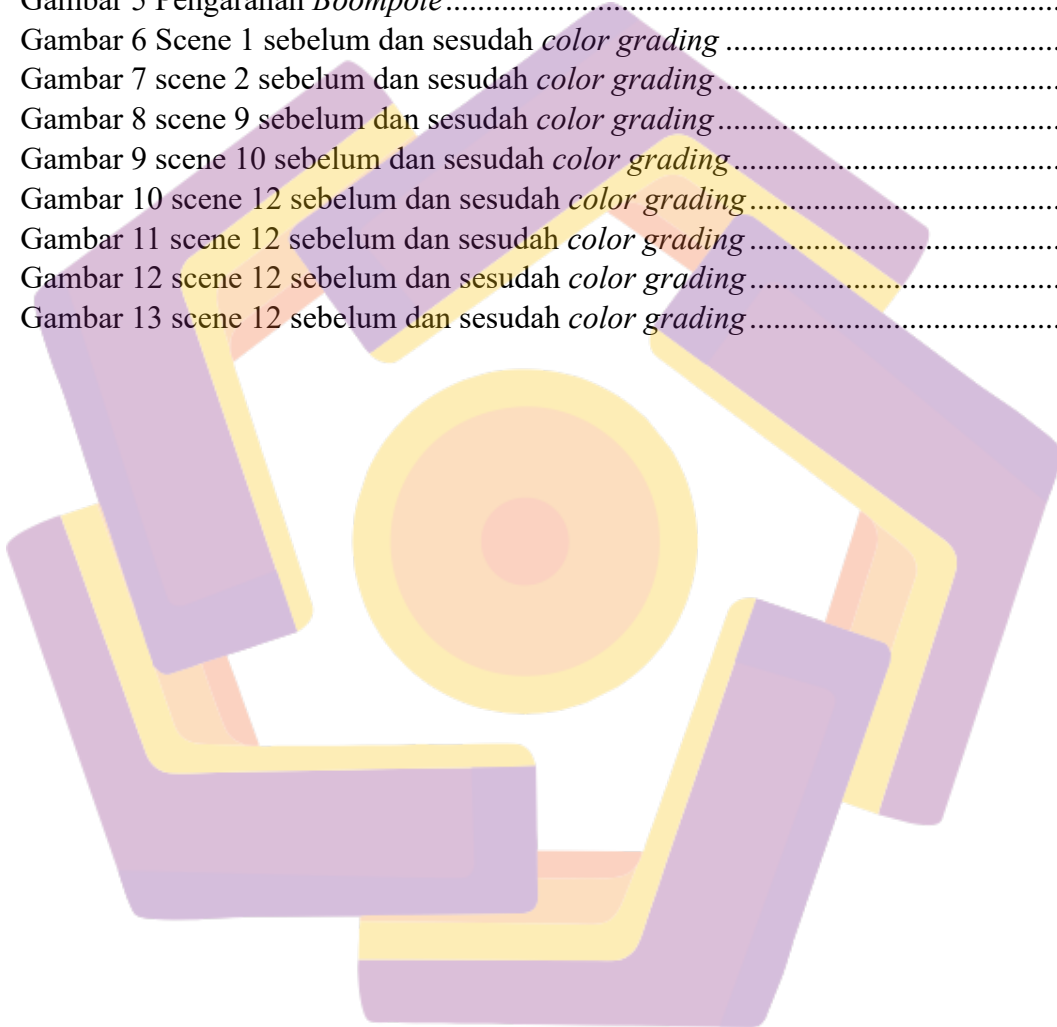
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
1.4.1 Manfaat Praktis	4
1.4.2 Manfaat Akademis	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Refrensi Karya	5
2.2 Landasan teori	8
2.2.1 Psikologi warna	8
2.2.2 <i>Color Grading</i>	11
2.2.3 <i>DaVinci Resolve</i>	11
2.2.4 <i>Editing</i>	12
BAB III	16
RENCANA PERANCANGAN	16
3.1. Gambaran Rancangan Karya	16
3.1.1. Judul Konten & Kategori	16
3.1.2. Format Konten	16



3.1.3. Format Media :	16
3.1.4. Volume Konten	16
3.1.5. Target Audiens	17
3.1.6. Periode Publikasi Konten.....	18
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya.....	18
3.3 Strategi Promosi dan Distribusi Karya	19
3.3.1. <i>YouTube</i>	19
3.3.2. <i>Instagram</i>	20
BAB IV	21
ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI.....	21
4.1 Deskripsi Karya	21
4.2 Uraian Proses Produksi.....	22
4.2.1 Pra-Produksi.....	22
4.2.2 Produksi	23
4.2.3 Pasca-Produksi.....	24
4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah.....	30
BAB V	31
PENUTUP	31
5.1 Kesimpulan.....	31
5.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA.....	33
LAMPIRAN	34

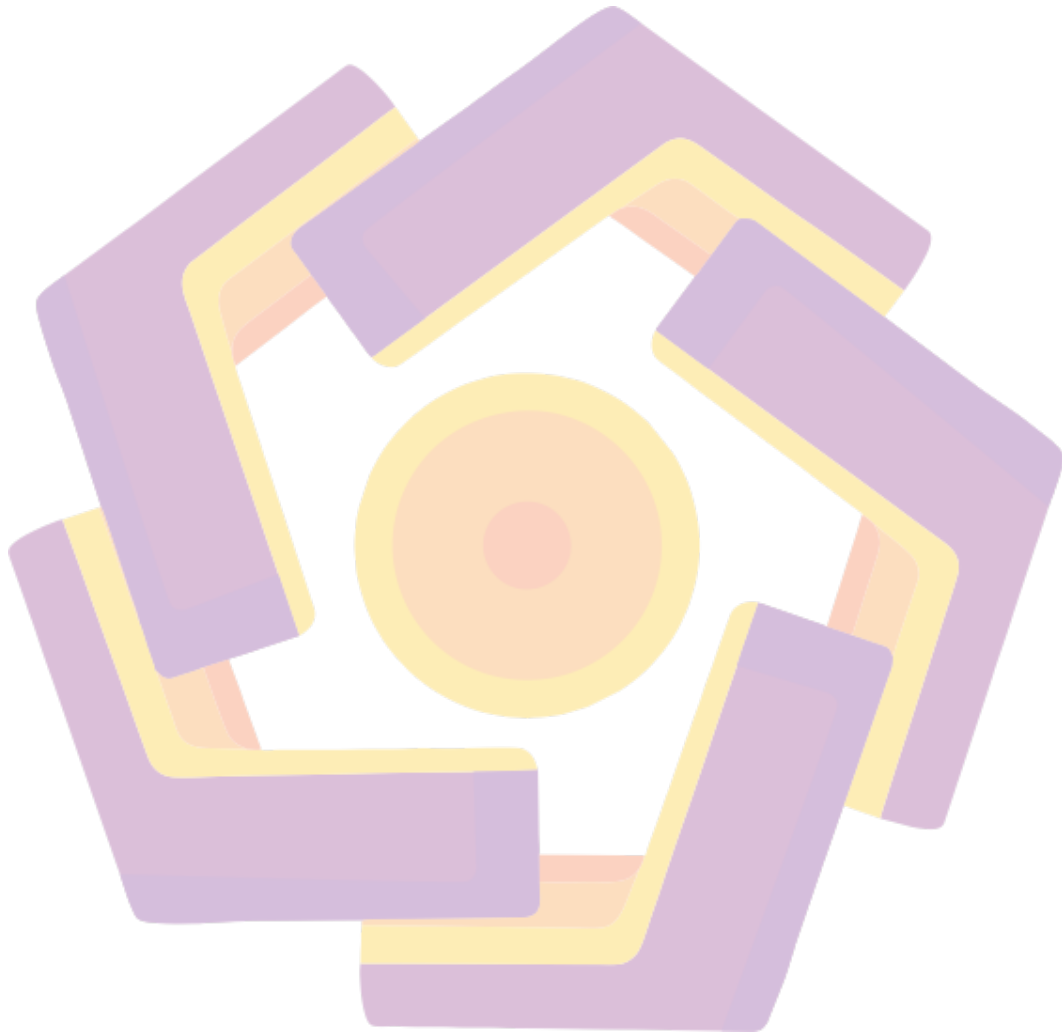
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Filosofi Pete	5
Gambar 2 <i>The Idea a Cinematic Short Film Sony A7IV</i>	6
Gambar 3 Pak Mono	7
Gambar 4 Fase <i>Editing</i>	15
Gambar 5 Pengarahan <i>Boompole</i>	23
Gambar 6 Scene 1 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	24
Gambar 7 scene 2 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	25
Gambar 8 scene 9 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	25
Gambar 9 scene 10 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	26
Gambar 10 scene 12 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	26
Gambar 11 scene 12 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	27
Gambar 12 scene 12 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	27
Gambar 13 scene 12 sebelum dan sesudah <i>color grading</i>	28



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Uraian Produksi.....	28
------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan Karya.....	34
Lampiran 2 Premis, <i>Logline</i> , <i>Synopsis</i>	34
Lampiran 3 Naskah	36
Lampiran 4 <i>Storyline</i>	42
Lampiran 5 <i>Shotlist</i>	44
Lampiran 6 <i>Storyboard</i>	45
Lampiran 7 Daftar <i>Talent</i>	50
Lampiran 8 Kebutuhan Alat dan Properti	51
Lampiran 9 Daftar kru dan <i>job desk</i>	53
Lampiran 10 <i>Timeline Kerja</i>	54
Lampiran 11 Rencana Anggaran.....	54
Lampiran 12 Laporan keuangan (riil).....	55
Lampiran 13 Dokumentasi.....	56
Lampiran 14 Surat Izin	59
Lampiran 15 Bukti Hak Kekayaan Intelektual	60

ABSTRAK

Kota Yogyakarta memiliki kuliner yang beragam dari makan ringan hingga makanan berat. Salah satu jenis tempat makan yang kerap dikunjungi oleh para mahasiswa atau anak-anak muda adalah Warmindo (warung makan indomi). Selain harga yang murah Warmindo juga menjadi tempat para mahasiswa untuk makan di setiap waktunya selain itu mayoritas Warmindo buka hingga dua puluh empat jam. Hal ini yang menjadi faktor utama mahasiswa untuk membeli makanan di Warmindo setiap harinya. Salah satu Warmindo yang terkenal di Yogyakarta adalah BJplat yang dikenal dengan ciri khas nasi kulitnya. Alasan tersebut menjadikan mahasiswa mengangkat tempat makan ini untuk membuat video iklan atas nama BJplat dengan menerapkan strategi penjualan *bundling* yang didalamnya mengandung kolaborasi *brand* air mineral Eserce dengan satu porsi nasi kulit yang tentunya memiliki hubungan satu sama lain. Dalam proses pembuatan video iklan ini, *editor* berperan penting dalam pengolahan *visual* yang akan dirangkai dalam satu cerita agar pesan dapat tersampaikan. *Editor* juga bertanggung jawab terhadap *visual* dalam pembuatan video iklan. Video iklan ini menggunakan beberapa aspek psikologi warna seperti biru, hijau, abu-abu, dan kuning agar tercipta video iklan yang layak dan dapat dinikmati oleh masyarakat.

Kata kunci : Warmindo, Video, iklan, BJPlat, Eserce, *editor*, psikologi warna



ABSTRACT

The city of Yogyakarta has a variety of culinary delights, from light meals to heavy meals. One type of eating place that is often visited by students or young people is Warmindo (Indomi food stalls). In addition to the low prices, Warmindo is also a place for students to eat at any time. Apart from that, the majority of Warmindo are open for up to 24 hours. This is the main factor for students to buy food at Warmindo every day. One of the famous Warmindos in Yogyakarta is BJplat, which is known for its characteristic skin rice. This reason made students choose this eating place to make an advertising video on behalf of Bjplat by implementing a bundling sales strategy which included a collaboration of the Eserce mineral water brand with one portion of skin rice which of course has a relationship with one another. In the process of making this advertising video, the editor plays an important role in visual processing which will be arranged in one story so that the message can be conveyed. The editor is also responsible for the visuals in making ad videos. This ad video uses several aspects of color psychology such as blue, green, gray, and yellow to create ad videos that are appropriate and can be enjoyed by the public.

Keywords : Warmindo, Video, advertising, BJPlat, Eserce, editor, color psychology