

SKRIPSI
SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL *CONTENT CREATOR*

TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM MEMBANGUN *VISUAL*
***STORYTELLING* VIDEO IKLAN NASI KULIT BJ PLAT**

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

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Ibrah Mumtaz Fauzi

19.96.1118

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 *CONTENT CREATOR***

JUDUL SKRIPSI

**TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM MEMBANGUN *VISUAL
STORYTELLING* VIDEO IKLAN NASI KULIT BJ PLAT**

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

Ibrah Mumtaz Fauzi

19.96.1118

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



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

(NIK. 190302522)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

NIK. 190302125

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Ibrah Mumtaz Fauzi
NIM : 19.96.1118
Program Studi : S1 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, 23 April 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Handwritten signature of Ibrah Mumtaz Fauzi in black ink.

Ibrah Mumtaz Fauzi

NIM. 19.96.1118

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.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 dan Renaldi F. selaku Founder & Owner 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.

Yogyakarta, 23 April 2023



Ibrah Mumtaz Fauzi

DAFTAR ISI

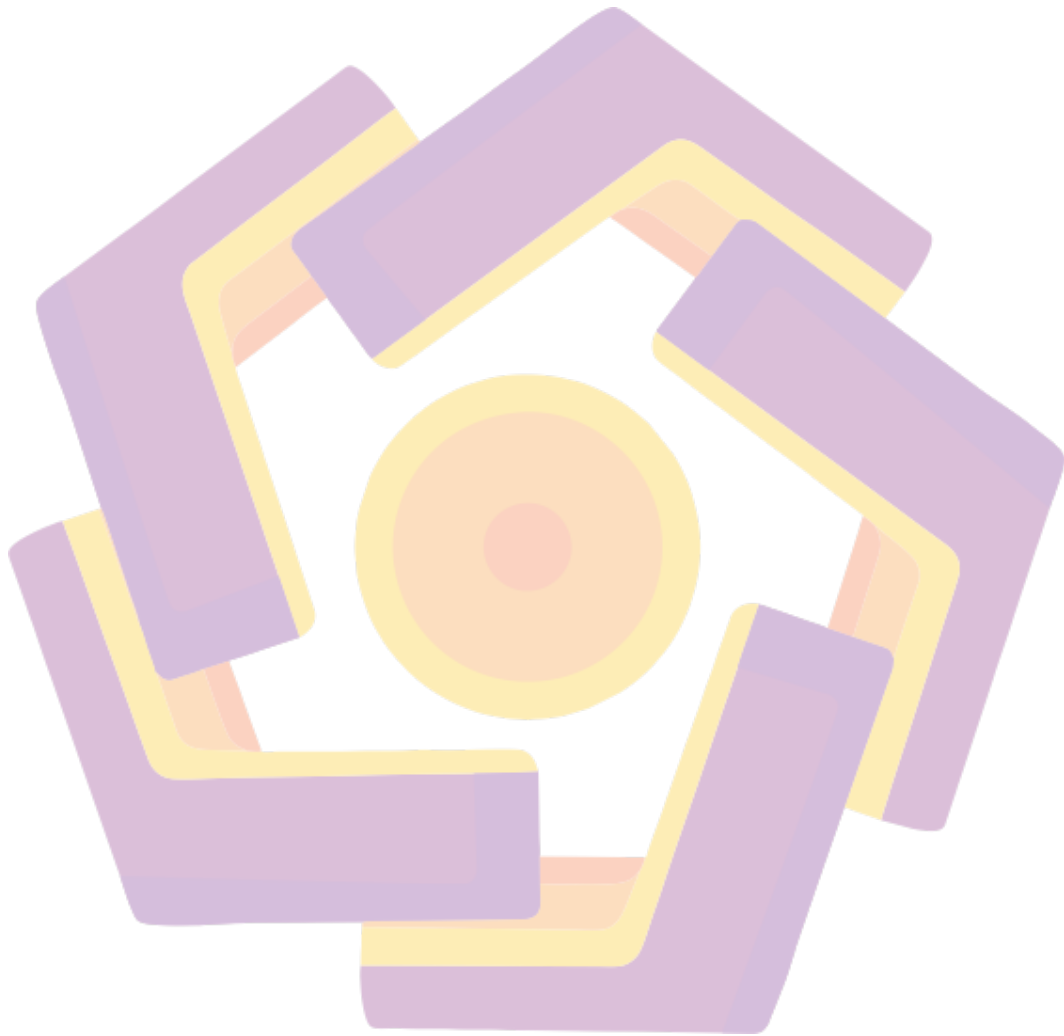
HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis	5
1.4.2 Manfaat Akademis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Karya Referensi	6
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Video Iklan.....	9
2.2.2 <i>Visual Storytelling</i>	10
2.2.3 Proses Kreatif <i>Director of Photography</i>	12
2.2.4 Teknik Sinematografi.....	15
BAB III KONSEP PENCIPTAAN.....	29
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	29
3.1.1 Judul Konten dan Kategori	29
3.1.2 Format Konten	29
3.1.3 Format Media.....	29
3.1.4 Volume Konten	29
3.1.5 Target Audiens	30

3.1.6 Periode Publikasi Konten.....	31
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya	31
3.3 Strategi Promosi dan Distribusi Karya	32
3.3.1 <i>YouTube</i>	32
3.3.2 <i>Instagram</i>	33
BAB IV ULASAN KARYA PERANCANGAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI.....	34
4.1 Deskripsi Karya.....	34
4.2 Uraian Proses Produksi	35
4.2.1 Pra-Produksi.....	35
4.2.2 Produksi	37
4.2.3 Pasca-Produksi.....	65
4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah	67
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN UNTUK SKEMA AUDIO VISUAL <i>CONTENT CREATOR</i>.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan BJPlat tahun 2022	2
Gambar 2.1 Footage Iklan Filosofi Pete	7
Gambar 2.2 Footage Iklan Pak Mono	8
Gambar 2.3 <i>Angle</i> Kamera Objektif.....	16
Gambar 2.4 <i>Angle</i> Kamera Subjektif	17
Gambar 2.5 <i>Angle</i> Kamera P.O.V	18
Gambar 2.6 <i>Type Shot Size</i>	18
Gambar 2.7 <i>High Angle</i>	22
Gambar 2.8 <i>Low Angle</i>	22
Gambar 2.9 <i>Angle-Plus-Angle</i>	23
Gambar 2.10 <i>Dutch Angle</i>	23
Gambar 2.11 <i>Camera Movement</i>	24
Gambar 2.12 <i>Rule of Thirds</i>	26
Gambar 2.13 <i>Symmetry</i>	26
Gambar 2.14 <i>3 Point Lighting</i>	27
Gambar 4.1 Pembuatan <i>Shotlist</i>	36
Gambar 4.2 Pembuatan <i>Storyboard</i>	36
Gambar 4.3 Pemilihan <i>Equipment</i>	37
Gambar 4.4 Menyiapkan <i>equipment</i> dengan <i>camera person</i>	37
Gambar 4. 5 Menyiapkan <i>equipment</i> dengan <i>gaffer</i>	38
Gambar 4.6 Penataan <i>Equipment</i>	38
Gambar 4.7 Preview <i>Shot</i>	39
Gambar 4.8 Pengarahan <i>Campers & Gaffer</i>	39
Gambar 4.9 <i>Scene 2 Shot 4</i>	40
Gambar 4.10 <i>Scene 2 Shot 5</i>	41
Gambar 4.11 <i>Scene 8 Shot 2</i>	42
Gambar 4.12 <i>Scene 8 Shot 3</i>	43
Gambar 4.13 <i>Scene 9 Shot 5</i>	44
Gambar 4.14 <i>Scene 9 Shot 6</i>	45
Gambar 4.15 <i>Scene 12 Shot 9</i>	46
Gambar 4.16 <i>Scene 12 Shot 10</i>	47
Gambar 4.17 <i>Scene 12 Shot 11</i>	48
Gambar 4.18 <i>Scene 3 Shot 1</i>	50
Gambar 4.19 <i>Scene 4 Shot 1</i>	51
Gambar 4.20 <i>Scene 5 Shot 1</i>	52
Gambar 4.21 <i>Scene 6 Shot 1</i>	53
Gambar 4.22 <i>Scene 7 Shot 1</i>	54
Gambar 4.23 <i>Scene 12 Shot 7</i>	55
Gambar 4.24 <i>Scene 12 Shot 11</i>	56
Gambar 4.25 <i>Scene 1 Shot 1</i>	58
Gambar 4.26 <i>Scene 1 Shot 2</i>	59

Gambar 4.27 Scene 1 Shot 3	60
Gambar 4.28 Scene 1 Shot 4	61
Gambar 4.29 Scene 10 Shot 1	63
Gambar 4.30 Scene 10 Shot 2	64



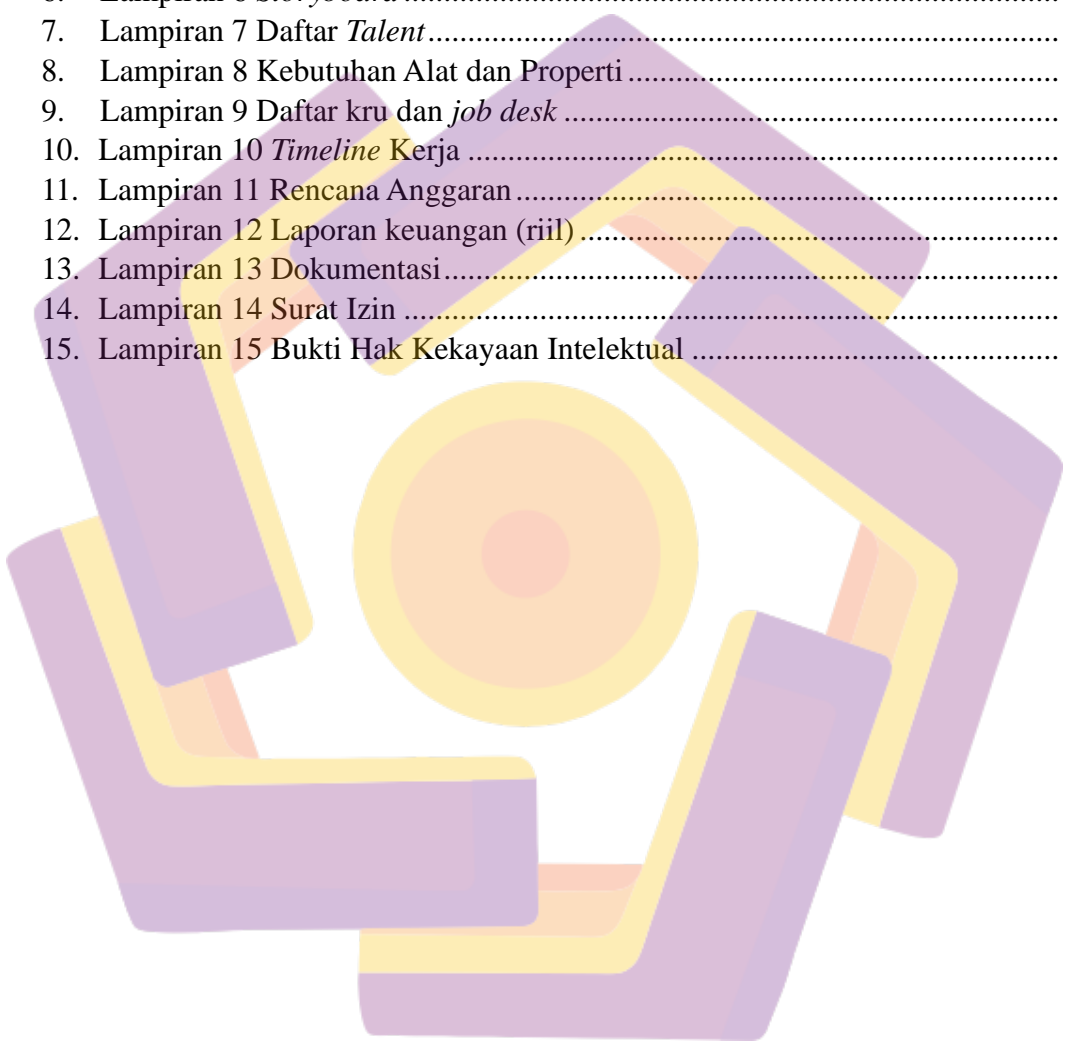
DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Uraian Produksi.....	65
---------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Tautan Karya	72
2. Lampiran 2 <i>Premis, Logline, Synopsis</i>	72
3. Lampiran 3 Naskah	74
4. Lampiran 4 <i>Storyline</i>	80
5. Lampiran 5 <i>Shotlist</i>	82
6. Lampiran 6 <i>Storyboard</i>	83
7. Lampiran 7 Daftar <i>Talent</i>	88
8. Lampiran 8 Kebutuhan Alat dan Properti	89
9. Lampiran 9 Daftar kru dan <i>job desk</i>	91
10. Lampiran 10 <i>Timeline Kerja</i>	91
11. Lampiran 11 Rencana Anggaran	91
12. Lampiran 12 Laporan keuangan (riil)	92
13. Lampiran 13 Dokumentasi	93
14. Lampiran 14 Surat Izin	96
15. Lampiran 15 Bukti Hak Kekayaan Intelektual	97



ABSTRAK

Kota Yogyakarta memang memiliki kuliner yang beragam dari makanan ringan hingga makanan berat. Salah satu jenis tempat makan yang kerap dikunjungi oleh para mahasiswa atau anak-anak muda adalah Warmindo (Warung Makan Indomie) atau sering disebut Burjonan. Harganya yang terbilang murah, tempat ini mayoritas buka dua puluh empat jam. Hal ini lah yang menjadi faktor utama para anak muda untuk membeli makan di Warmindo setiap harinya. Nasi Kulit BJPlat merupakan Warmindo yang dikenal dengan ciri khas menu nasi kulit krispinya. Alasan tersebut menjadikan penulis mengangkat tempat makan ini untuk membuat video iklan atas nama Nasi Kulit BJPlat yang berkolaborasi dengan Air Mineral Eserce dengan menerapkan pendekatan *soft selling* didalamnya. Pada proses pembuatan video iklan tersebut, memerlukan seorang *Director of Photography* sebagai konseptor dan eksekutor visual dalam pada proses jalannya produksi. Hasil dari penulis saat menjadi *Director of Photography* dalam produksi video iklan Nasi Kulit BJPlat dengan tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi serta menerapkan teknik sinematografi dalam membangun *visual storytelling* video iklan. Video iklan ini menggunakan beberapa aspek sinematografi *camera angle, shot size, level camera angle, camera movement,* dan *lighting* dalam membangun *visual storytelling* dengan memperhatikan aspek *clarity, realism, dynamism,* dan *continuity* agar tercipta video iklan yang layak dan dapat dinikmati oleh masyarakat.

Kata Kunci: warmindo, video iklan, *visual storytelling*, sinematografi, *director of photography*.

ABSTRACT

The city of Yogyakarta does have a variety of culinary delights, from snacks to heavy meals. One type of place to eat that is often visited by students or young people is Warmindo (Warung Makan Indomie) or often called Burjonan. The price is relatively cheap, the majority of this place is open 24 hours. This is the main factor for young people to buy food at Warmindo every day. Nasi Kulit BJPlat is a Warmindo which is known for its special crispy skin rice menu. This reason made the author choose this restaurant to make an advertising video on behalf of Nasi Kulit BJPlat in collaboration with Mineral Water Eserce by implementing a soft selling approach in it. In the process of making the video advertisement, it requires a Director of Photography as a visual designer and executor in the process of production. The results of the author when he became the Director of Photography in the production of Nasi Kulit BJPlat advertisements with pre-production, production and post-production stages and applying cinematographic techniques in building visual storytelling video advertisements. This advertising video uses several cinematographic aspects of camera angle, shot size, level camera angle, camera movement, and lighting in building visual storytelling with attention to aspects of clarity, realism, dynamism, and continuity in order to create a proper advertising video that can be enjoyed by the public.

Keywords: *warmindo, advertising video, visual storytelling, cinematography, director of photography.*