

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***  
**PERAN *DIRECT OF PHOTOGRAPHY* DALAM PRODUKSI**  
**IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BIJAK BERMEDIA”**

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

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh :**

ALIF ABDILLAH AKBAR  
19.96.1353

**Dosen Pembimbing :**

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

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

# **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

## **SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

### **PERAN *DIRECT OF PHOTOGRAPHY* DALAM PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BIJAK BERMEDIA”**

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

**ALIF ABDILLAH AKBAR**  
**19.96.1353**

**Menyetujui,  
Dosen Pembimbing**



**Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A**  
**(NIK. 190302435)**

**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 : Alif Abdillah Akbar  
NIM : 19.96.1353  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
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, 05 Juni 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Alif Abdillah Akbar

19.96.1353

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Direct of Photography Dalam Produksi Iklan Layanan Masyarakat “Bijak Bermedia”**”. Skripsi diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi dan melengkapi tugas-tugas serta syarat-syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dan bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memudahkan penyusunan skripsi ini. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan petunjuknya untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis ucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi, serta mengizinkan saya dan memberikan kekuatan Kesehatan untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua yang telah, Ayah Bunda tercinta terimakasih selalu memberikan dukungan tak henti mendoakan dan menyemangati, terimakasih telah memberikan segalanya, moril serta material yang tak terbatas.
3. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. sebagai Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng sebagai ketua program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Nurfian Yudhistira, S.I.Kom,M.A selaku dosen pembimbing yang selalu

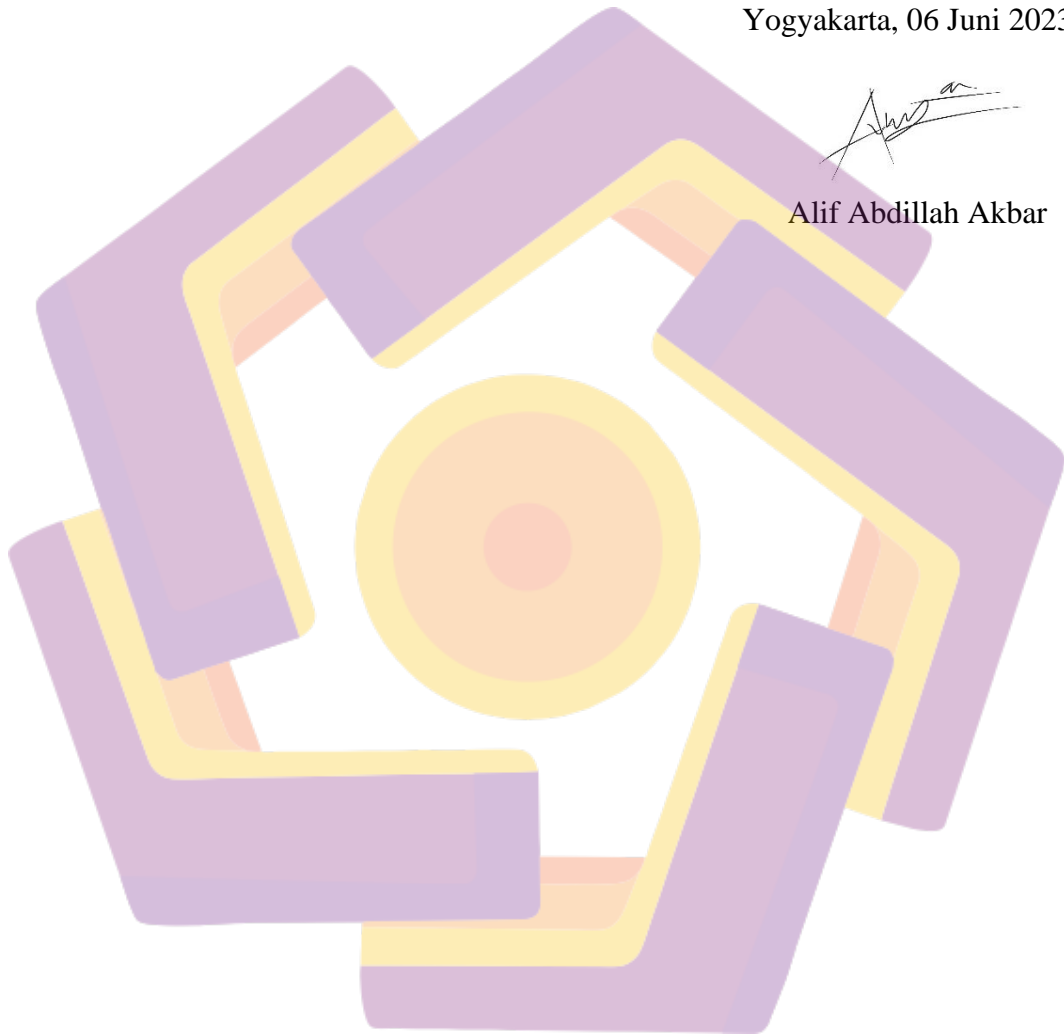
senantiasa memberikan ilmu dan senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulisan skripsi ini.

7. Terimakasih kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangatnya.

Yogyakarta, 06 Juni 2023



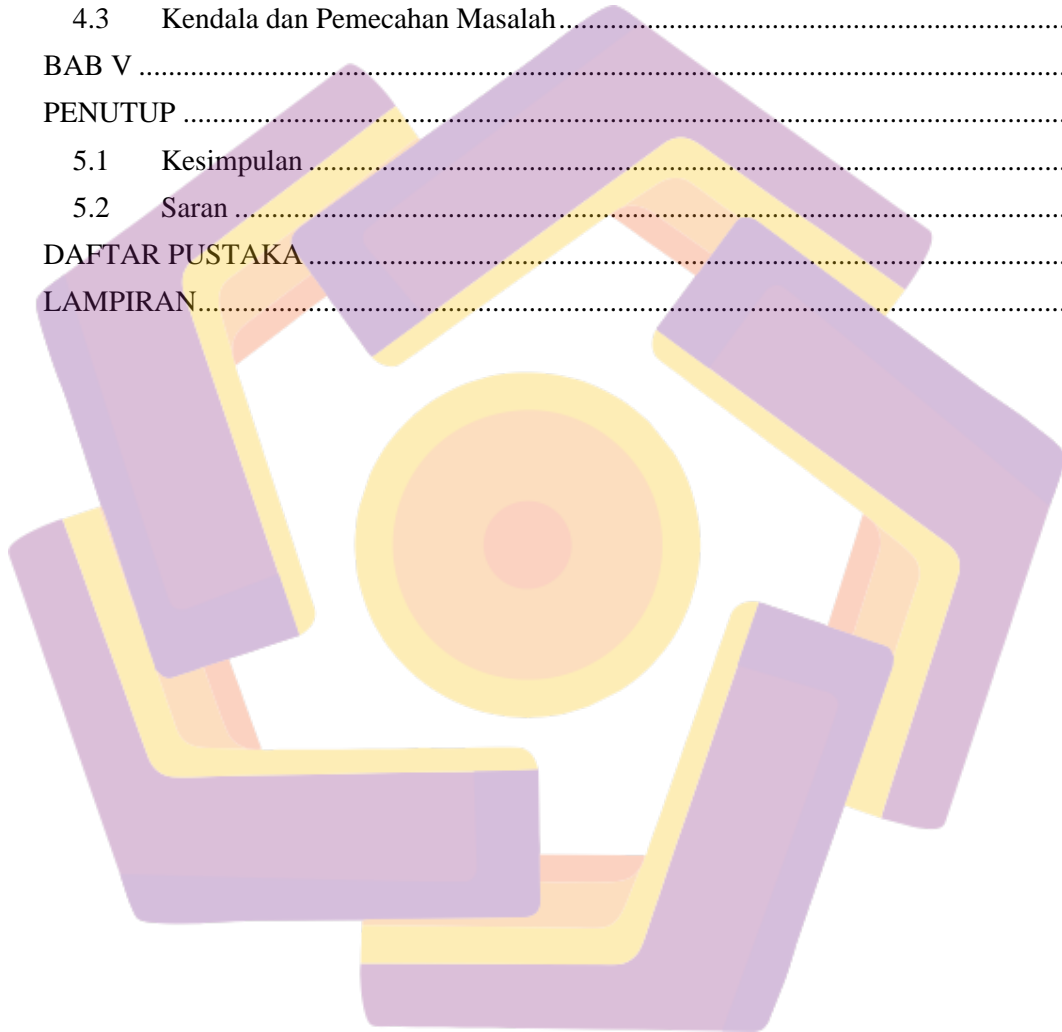
Alif Abdillah Akbar



## DAFTAR ISI

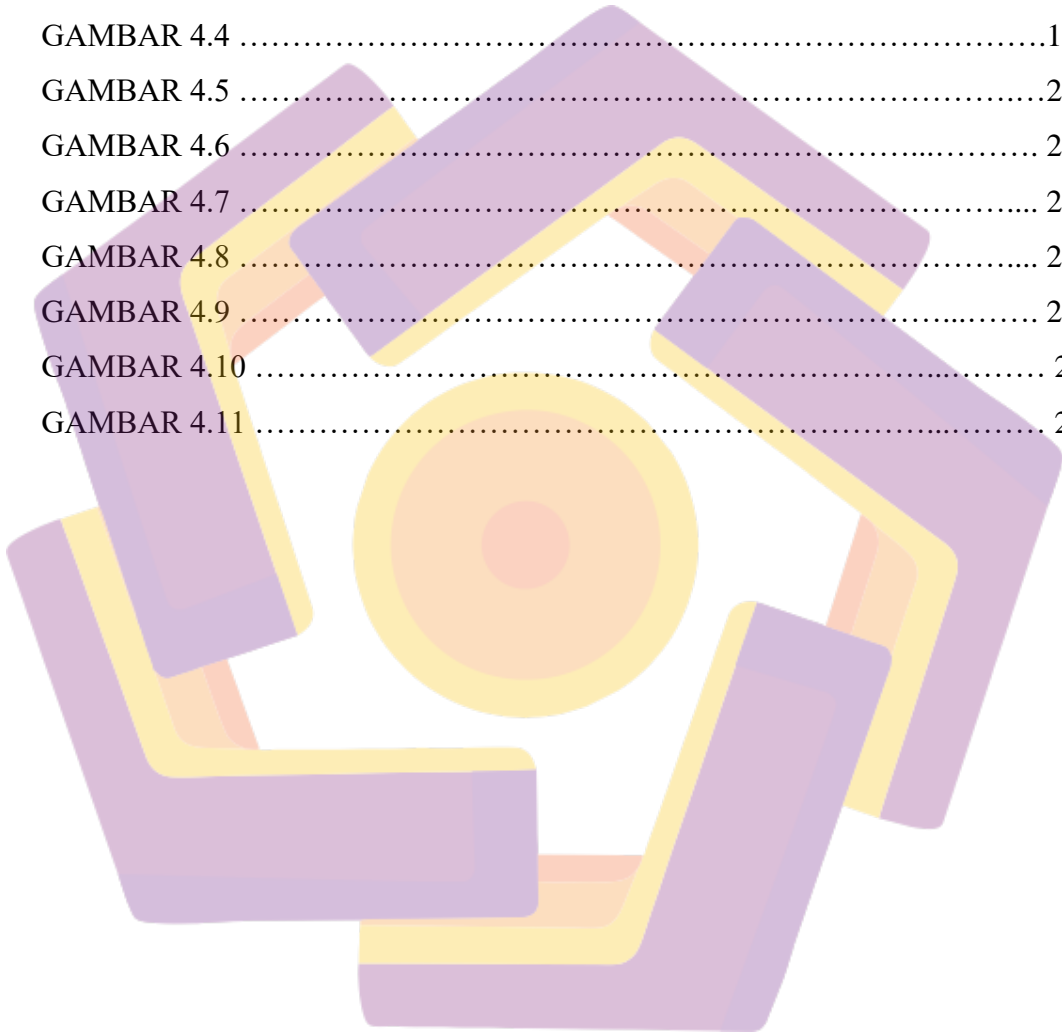
<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penciptaan.....	4
1.4 Manfaat Penciptaan.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Karya Referensi .....	5
2.2 Landasan Teori Karya.....	8
2.2.1 Iklan layanan masyarakat.....	8
2.2.2 DoP ( <i>Director of Photography</i> ) .....	9
2.2.3 Sinematografi .....	9
2.2.4 Bijak Bermedia.....	11
2.2.5 Perubahan Perilaku .....	11
BAB III .....	12
RENCANA PERANCANGAN .....	12
3.1 Gambaran Rancangan Karya .....	12
3.1.1 Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Conten Creator</i> (teks/audio/visual/audio visual) .....	12
3.1.2 Format Konten .....	12
3.1.3 Format Media.....	13
3.1.4 Volume Konten.....	13
3.1.5 Target Audiens .....	13
3.1.6 Periode Publikasi Konten.....	14

3.2	Gambaran Isi Pesan Karya.....	14
BAB IV .....		15
ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI .....		15
4.1	Deskripsi Karya .....	15
4.1.1	<i>Compoition</i> .....	16
4.1.2	<i>Camera Angle</i> .....	19
4.1.3	<i>Type of Shot</i> .....	22
4.2	Uraian Proses Produksi.....	24
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah.....	25
BAB V .....		26
PENUTUP .....		26
5.1	Kesimpulan .....	26
5.2	Saran .....	27
DAFTAR PUSTAKA .....		28
LAMPIRAN.....		29



## DAFTAR GAMBAR

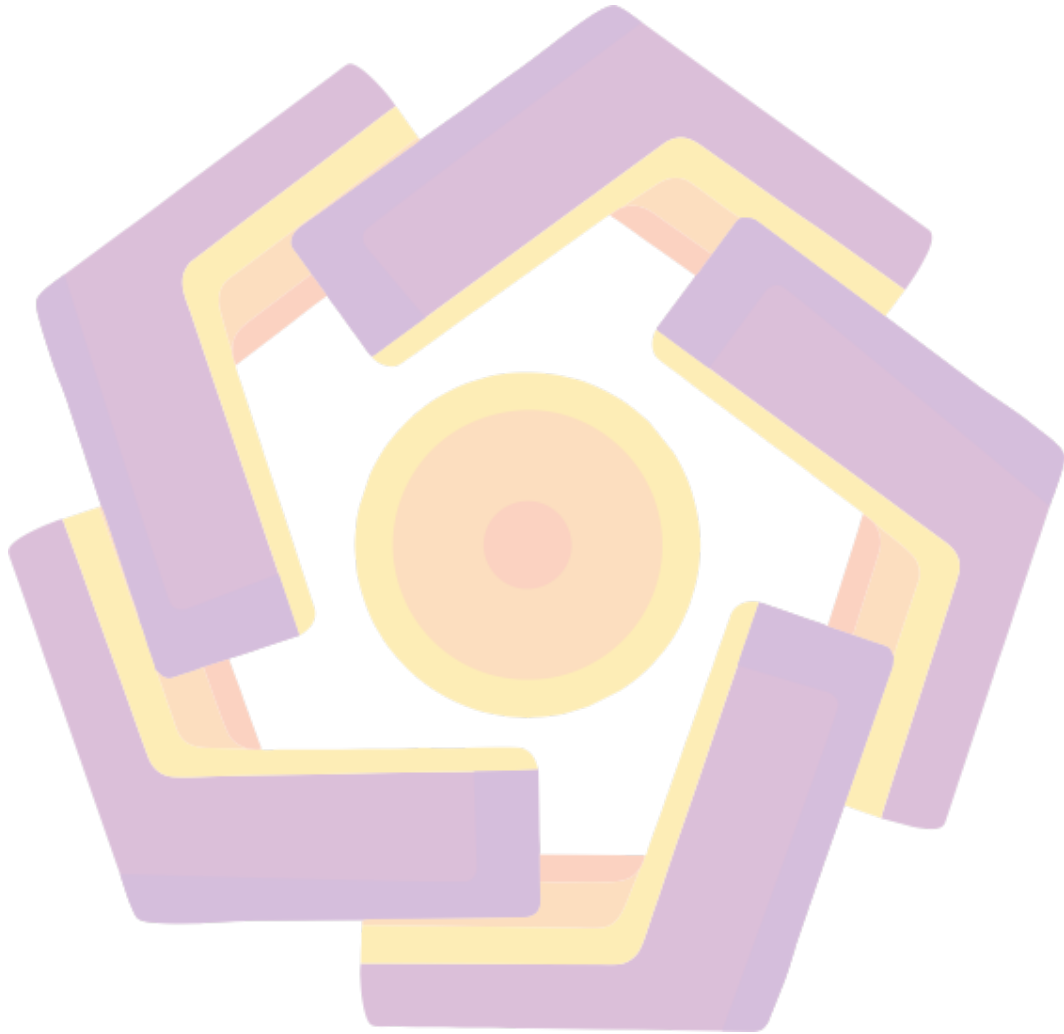
GAMBAR 2.1 .....	5
GAMBAR 2.2 .....	6
GAMBAR 2.3 .....	7
GAMBAR 4.1 .....	17
GAMBAR 4.2 .....	17
GAMBAR 4.3 .....	18
GAMBAR 4.4 .....	19
GAMBAR 4.5 .....	20
GAMBAR 4.6 .....	20
GAMBAR 4.7 .....	21
GAMBAR 4.8 .....	21
GAMBAR 4.9 .....	22
GAMBAR 4.10 .....	23
GAMBAR 4.11 .....	23





**DAFTAR TABEL**

TABEL 4.1 .....25



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan Karya.....	30
Lampiran 2 <i>Premis, Logline, Synopsis</i> .....	31
Lampiran 3 Naskah .....	32
Lampiran 3 Naskah .....	33
Lampiran 4 <i>Shotlist</i> .....	34
Lampiran 5 Daftar <i>Talent</i> .....	35
Lampiran 6 <i>Storyboard</i> .....	36
Lampiran 7 <i>Kebutuhan Peralatan dan Property</i> .....	37
Lampiran 7 <i>Kebutuhan Peralatan dan Property</i> .....	38
Lampiran 7 <i>Kebutuhan Peralatan dan Property</i> .....	39
Lampiran 8 Daftar Kru dan Penjelasan <i>Jobdesk</i> .....	40
Lampiran 9 <i>Timeline Kerja</i> .....	41
Lampiran 10 Laporan Keuangan.....	42
Lampiran 11 Dokumentasi .....	43
Lampiran 12 Keterangan Hak Cipta.....	44

## ABSTRAK

Teknologi yang semakin berkembang sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan banyak hal. Seperti adanya media sosial yang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi dan berinteraksi satu sama lain, kapan dan dimana saja, tanpa harus melakukan tatap muka secara langsung. Oleh karena itu, media sosial juga digunakan sebagai media promosi bagi perusahaan untuk menawarkan produknya dalam bentuk iklan. Adanya iklan yang diproduksi bertujuan untuk memberikan daya tarik khalayak terhadap iklan yang dipromosikan, sehingga memberikan sebuah keuntungan bagi perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan sebuah hasil iklan yang baik tentunya memiliki teori-teori yang mendukung dalam produksinya. Pada pembuatan iklan layanan masyarakat berjudul “Bijak Bermedia” penulis menggunakan teori sinematografi, yaitu *composition, angle camera, type of shot* untuk menggunakan dan menganalisis sudut pandang sebagai pendukung teori utama. Produksi iklan ini bertujuan untuk membentuk kesadaran masyarakat dan memberi informasi mengenai dampak dari penggunaan media sosial secara tidak bijak. Penyampaian informasi ini menggunakan gambaran dari perilaku pelanggaran kebebasan berpendapat serta akibat dari perilaku tersebut. Pada iklan layanan masyarakat tersebut mengambil *audience* yang berusia remaja hingga dewasa dan tidak memiliki batas gender didalamnya. Pada karya tersebut lebih berfokus pada pergerakan pemain secara keseluruhan dari pada ucapan dan juga detail-detail pergerakan kecil yang dapat menambah tersampainya pesan dan emosi kepada penonton. Proses produksi iklan layanan masyarakat terdapat beberapa peran penting untuk berjalannya proses pembuatan iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia”. Penulis memproduksi sebuah iklan layanan masyarakat bertema “Ujaran Kebencian” dalam bentuk video berdurasi 1 menit dengan judul “Bijak Bermedia”. Keunikan dalam video ini adalah penggunaan sudut pandang yang diambil dari pelaku ujaran kebencian yang menampilkan dampak secara panjang dari perilaku ujaran kebencian.

Kata Kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Sinematografi, Media Sosial.

## **ABSTRACT**

*Technological developments that are increasingly developing make it very easy for people to do many things. Like social media which is part of people's lives. Social media is used as a tool for communication and interaction with each other, anytime and anywhere, without having to meet face to face. Therefore, social media is also used as a promotional medium for companies to offer their products in the form of advertisements. The existence of advertisements produced aims to attract audiences to the advertisements being promoted, thus providing an advantage for the company. To get a good advertising result, of course, have supporting theories in its production. In making a public service advertisement entitled "Wise Bermedia" the author uses cinematographic theory, namely competition, camera angle, and type of shot to use and analyze point of view as a support for the main theory. The production of this advertisement aims to raise public awareness and provide information about the impact of the unwise use of social media. Submission of this information uses a description of the behavior of violations of freedom of opinion and the consequences of this behavior. In this public service advertisement, the audience is from teenagers to adults, and has no gender boundaries in it. This work focuses more on the movement of the actors as a whole rather than speech and also on details of small movements that can add to the conveyance of messages and emotions to the audience. In the process of producing public service advertisements, there are several important roles for the process of making public service advertisements "Wise Bermedia". The author produced a public service advertisement with the theme "Hate Speech" in the form of a 1-minute video entitled "Wise Media". The uniqueness of this video is the use of perspectives taken from the perpetrators of hate speech which displays the long-term impact of hate speech behavior.*

*Keywords: Public Servic Announcement, SocialMedia, Type of Shot.*