

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERAN *CAMERAMEN* PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BIJAK BERMEDIA SOSIAL (*CYBER-BULLYING*)

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



Oleh :
Wahyu Budi Nugroho (19.96.1550)

Dosen Pembimbing:
Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom

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

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**PERAN *CAMERAMEN* PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BIJAK BERMEDIA SOSIAL (*CYBER-BULLYING*)**

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Wahyu Budi Nugroho
19.96.1550

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**



Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom
(NIK. 190302485)

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

HALAMAN PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Wahyu Budi Nugroho
NIM : 19.96.1550
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, 7 Juni 2023

Yang Memberikan Pernyataan


Wahyu Budi Nugroho
NIM. 19.96.1550

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya 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.

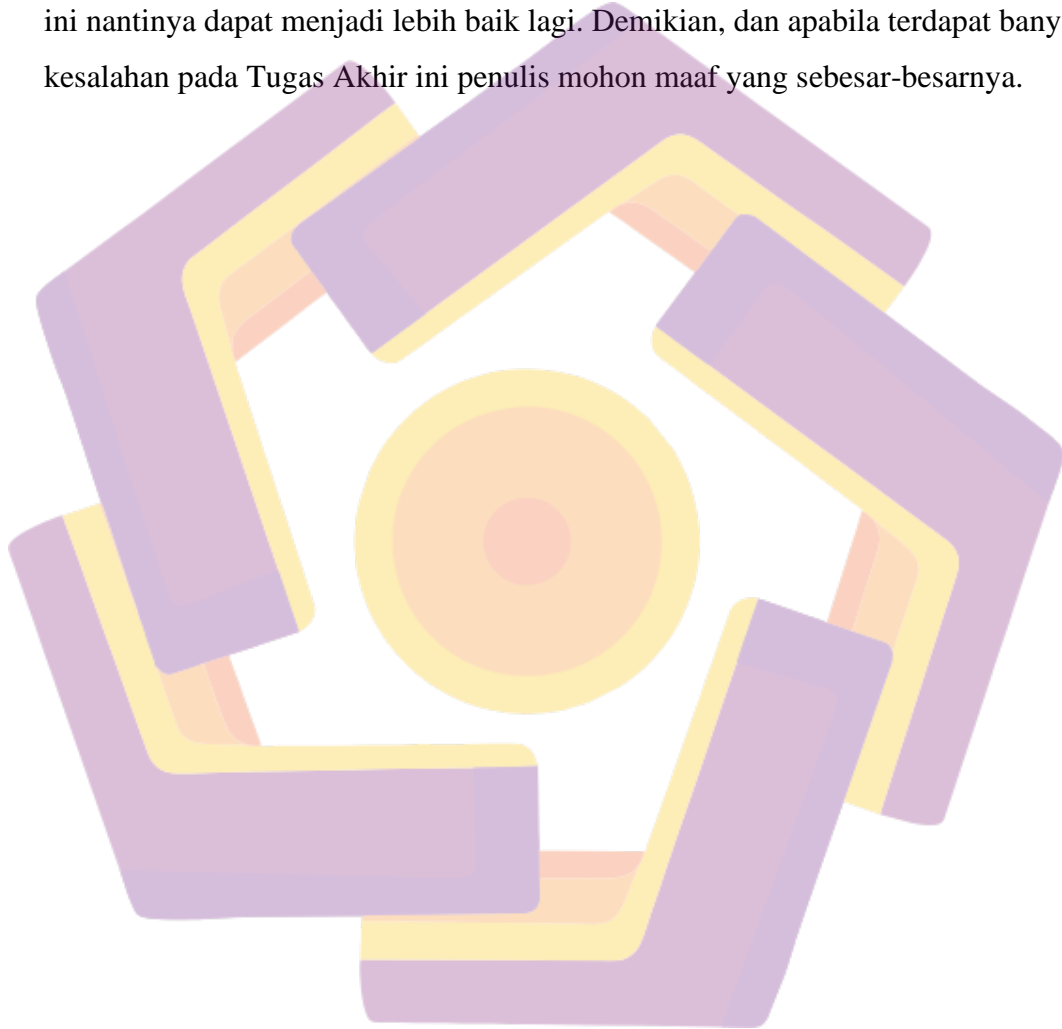
Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi dan melengkapi tugas serta persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud dan terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan, bimbingan dan dorongan yang tak terhingga nilainya dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan proposal kegiatan ini.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orangtua, kakak, dan adik yang selalu memberi dukungan yang luar biasa, baik dengan doa maupun semangat dalam setiap hal positif.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Erik Hadi Saputra, S.Kom., (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
5. Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom (Pembimbing)
6. Teman-teman selaku crew produksi iklan layanan masyarakat.
7. Teman-teman penulis yang telah memberikan banyak bantuan baik itu dukungan, hiburan, dan juga meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis tentu menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik serta saran dari pembaca agar Tugas Akhir ini nantinya dapat menjadi lebih baik lagi. Demikian, dan apabila terdapat banyak kesalahan pada Tugas Akhir ini penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.



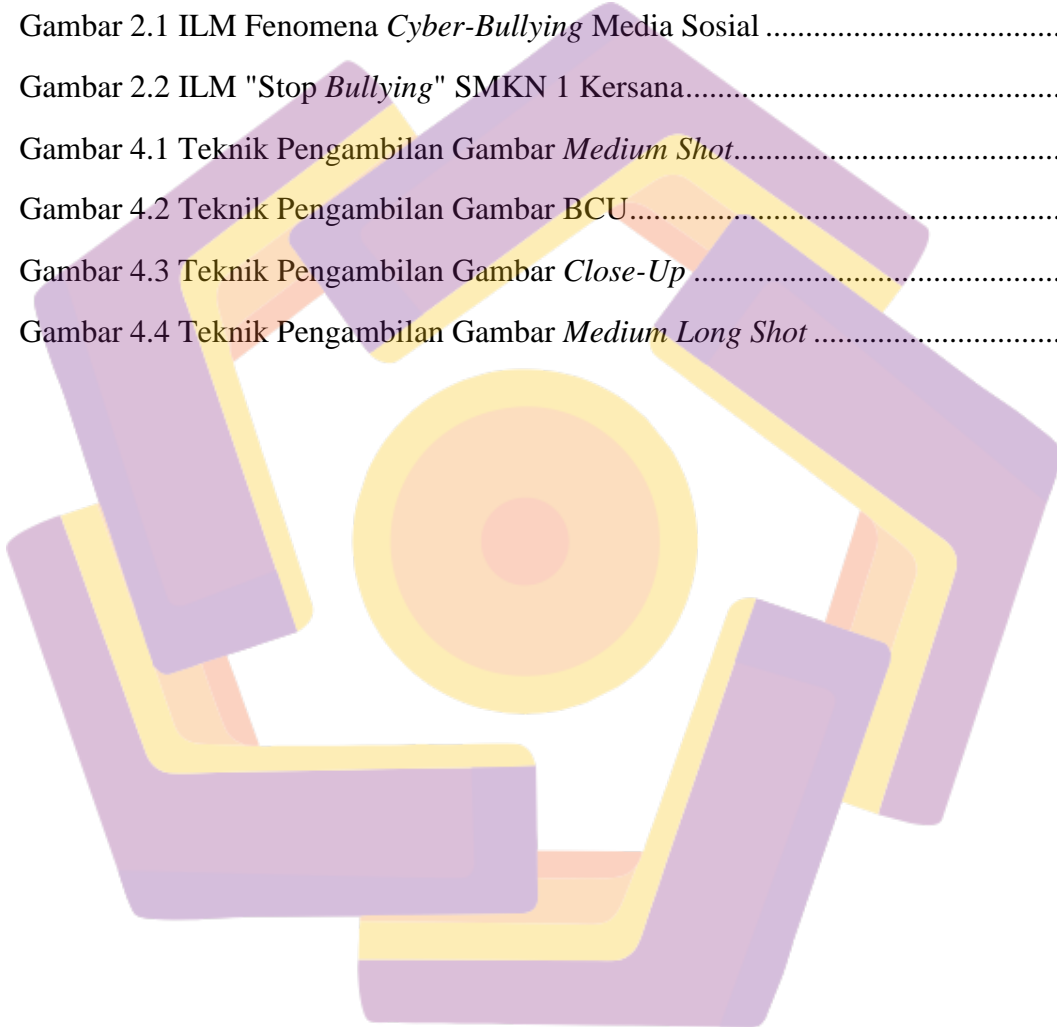
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penciptaan	5
1.4. Manfaat Penciptaan	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Referensi Karya.....	7
2.2. Landasan Teori Karya	8
BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA	16
3.1. Gambaran Perancangan Karya	16
3.1.1. Judul dan Kategori Konten.....	16
3.1.2. Format Konten.....	16
3.1.3 Format Media	17

3.1.4 Volume Konten	17
3.1.5 Target Audiens	17
3.2. Periode Publikasi Konten	18
3.3. Gambaran Isi Karya.....	18
BAB IV ULASAN KARYA PERANCANGAN.....	20
4.1. Deskripsi Karya.....	20
4.2. Uraian Tugas Mahasiswa di Tim Produksi.....	23
4.2.1 Pra Produksi	24
4.2.2 Produksi	24
4.3. Kendala dan Pemecahan Masalah	28
BAB V PENUTUP.....	30
5.1. Kesimpulan.....	30
5.2. Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	35

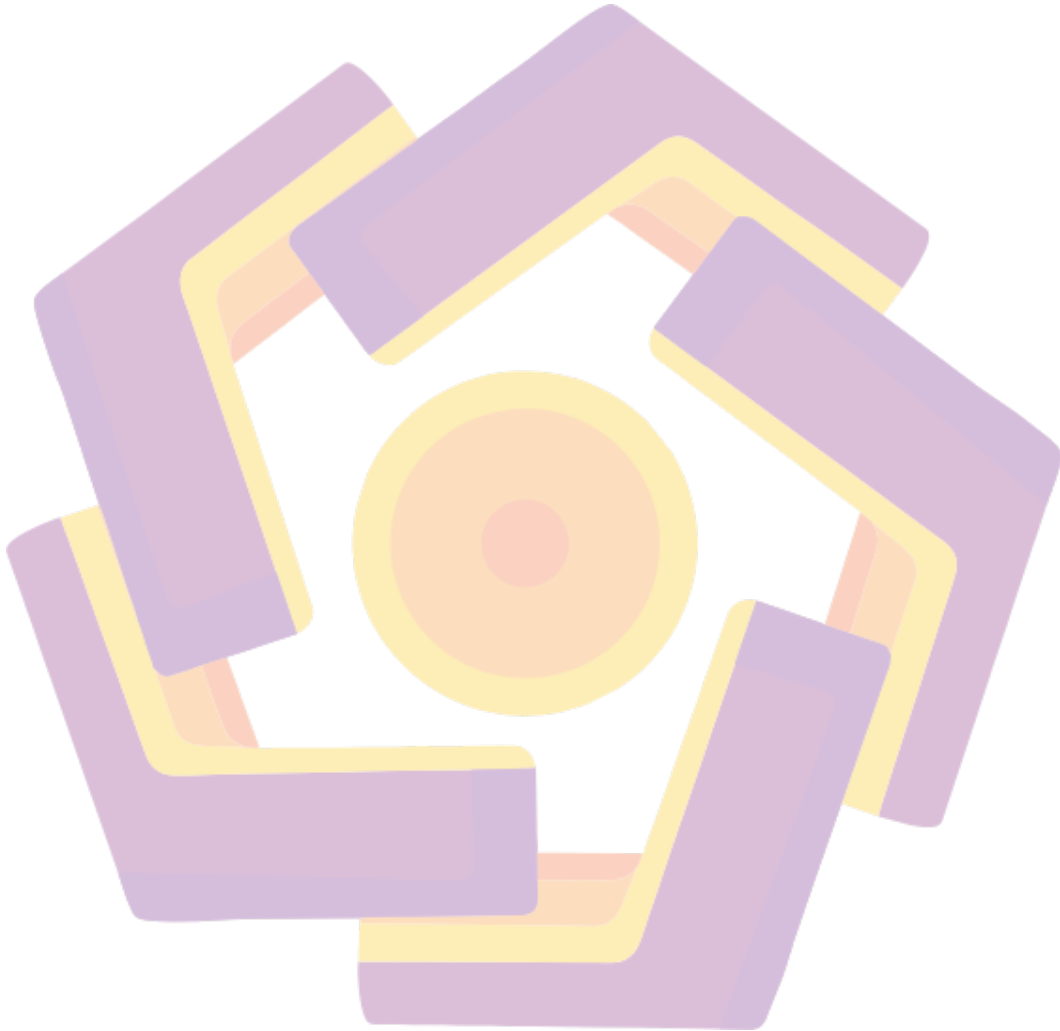
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data penggunaan media sosial	4
Gambar 1.2 Data Kasus <i>Bullying</i> di Indonesia	5
Gambar 2.1 ILM Fenomena <i>Cyber-Bullying</i> Media Sosial	7
Gambar 2.2 ILM "Stop <i>Bullying</i> " SMKN 1 Kersana.....	8
Gambar 4.1 Teknik Pengambilan Gambar <i>Medium Shot</i>	25
Gambar 4.2 Teknik Pengambilan Gambar BCU.....	26
Gambar 4.3 Teknik Pengambilan Gambar <i>Close-Up</i>	27
Gambar 4.4 Teknik Pengambilan Gambar <i>Medium Long Shot</i>	28



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uraian Proses Produksi	23
--	----



ABSTRAK

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah iklan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi yang penting bagi masyarakat dan tidak bertujuan untuk keuntungan komersial, melainkan untuk meningkatkan kesadaran, mengedukasi, atau mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam suatu program atau kegiatan yang bermanfaat. Pembuatan iklan layanan masyarakat ini didasari karena pertumbuhan angka penggunaan media sosial secara signifikan. Iklan layanan masyarakat ini diharapkan bisa memberikan edukasi dan informasi bahwa penggunaan media sosial secara tidak bijak dapat menyebabkan dampak buruk *cyber-bullying*. Proses pengambilan gambar, iklan layanan masyarakat ini memanfaatkan teknik sinematografi, yaitu *medium shot*, *medium long shot*, *close-up*, dan *big close-up* yang bertujuan untuk memberikan makna/pesan kepada penonton. Pada penelitian ini menggunakan teori persuasif yang bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku penonton dalam menggunakan media sosial secara tidak bijak. Produksi iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahayanya penggunaan media sosial secara tidak bijak, dengan memanfaatkan teknik sinematografi untuk memperjelas pesan/makna yang disampaikan melalui sebuah gambar.

Kata kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Media Sosial, *Cyber-Bullying*.

ABSTRACT

Public Service Advertisements (PSAs) are advertisements that aim to convey important messages or information to the public and are not intended for commercial gain, but rather to raise awareness, educate, or invite the public to participate in a program or activity that is useful. The creation of this public service advertisement was based on the significant growth in the number of social media users. It is hoped that this public service advertisement can provide education and information that unwise use of social media can cause the adverse effects of cyber-bullying. The process of taking pictures, this public service advertisement utilizes cinematographic techniques, namely medium shots, medium long shots, close-ups, and big close-ups which aim to convey meaning/messages to the audience. In this study using persuasive theory which aims to change the attitudes and behavior of the audience in using social media unwisely. The production of this public service advertisement aims to increase public awareness about the dangers of unwise use of social media, by utilizing cinematographic techniques to clarify the message/meaning conveyed through an image.

Keywords: *Public Service Advertisement, Social Media, Cyber-Bullying.*