

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**Membangun Kekuatan *Visual Storytelling* Pada Video Promosi**  
***Twenty Seven Barbershoes***

**TUGAS AKHIR**



**Oleh :**

Septiyan Victory Damaika Doutel

19.96.1247

**Dosen Pembimbing :**

Andreas Tri Pamungkas, M.A

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

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**Membangun Kekuatan *Visual Storytelling* Pada Video Promosi**  
***Twenty Seven Barbershoes***

**TUGAS AKHIR**



**Oleh :**

Septiyan Victory Damaika Doutel

19.96.1247

**Dosen Pembimbing :**

Andreas Tri Pamungkas, M.A

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

**PERSETUJUAN  
TUGAS AKHIR**

**Membangun Kekuatan *Visual Storytelling* Pada Video  
Promosi *Twenty Seven Barbershops***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Septiyan Victory Damaika Doutel**

**NIM. 19.96.1247**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir  
pada tanggal 8 Agustus 2023

**Dosen Pembimbing**



**Andreas Tri Pamungkas, M.A**

**NIK. 190302522**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**Membangun Kekuatan *Visual Storytelling* Pada Video  
Promosi *Twenty Seven Barbershoes***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Septiyan Victory Damaika Doutel**  
NIM. 19.96.1247

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal 9 Agustus 2023

**Nama Penguji**

Andreas Tri Pamungkas, M.A  
NIK. 190302522

Wiwid Adiyanto, M.I.Kom  
NIK. 190302477

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.IKom., M.I.Kom  
NIK. 190302486

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Tanggal 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Septiyan Victory Damaika Doutel  
NIM : 19.96.1247  
Program Studi : Ilmu Komunikasi Amikom  
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, 31 Mei 2023  
Yang Memberikan Pernyataan

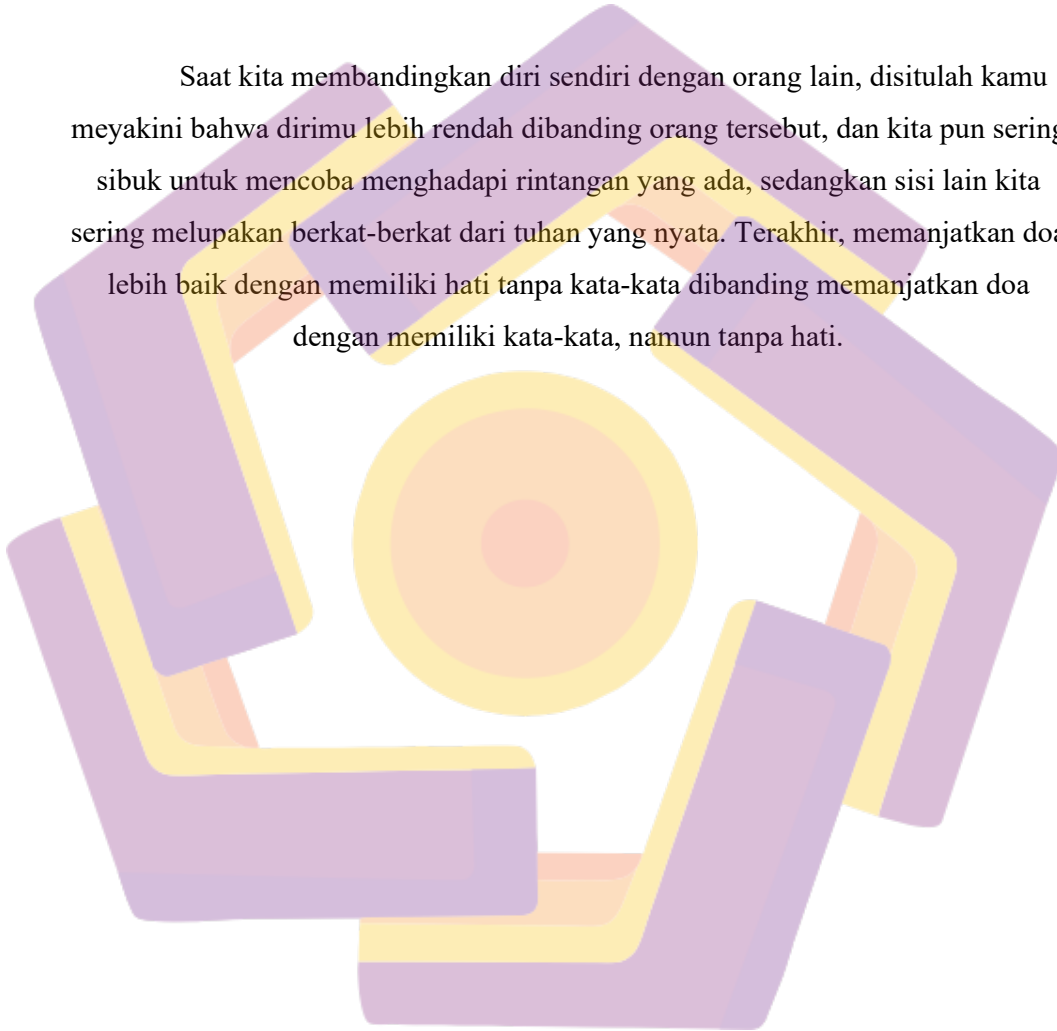


Septiyan Victory Damaika Doutel  
NIM. 19.96.1247

## MOTTO

Waktu akan terus melaju, seindah atau seburuk apa pun hari ini, tugas kita adalah terus melangkah. Terus membaik, berdamai dengan hati, dan merelakan yang pernah terjadi.

Saat kita membandingkan diri sendiri dengan orang lain, disitulah kamu meyakini bahwa dirimu lebih rendah dibanding orang tersebut, dan kita pun sering sibuk untuk mencoba menghadapi rintangan yang ada, sedangkan sisi lain kita sering melupakan berkat-berkat dari tuhan yang nyata. Terakhir, memanjatkan doa lebih baik dengan memiliki hati tanpa kata-kata dibanding memanjatkan doa dengan memiliki kata-kata, namun tanpa hati.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan berkatnya 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. Pada proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terimakasih kepada:

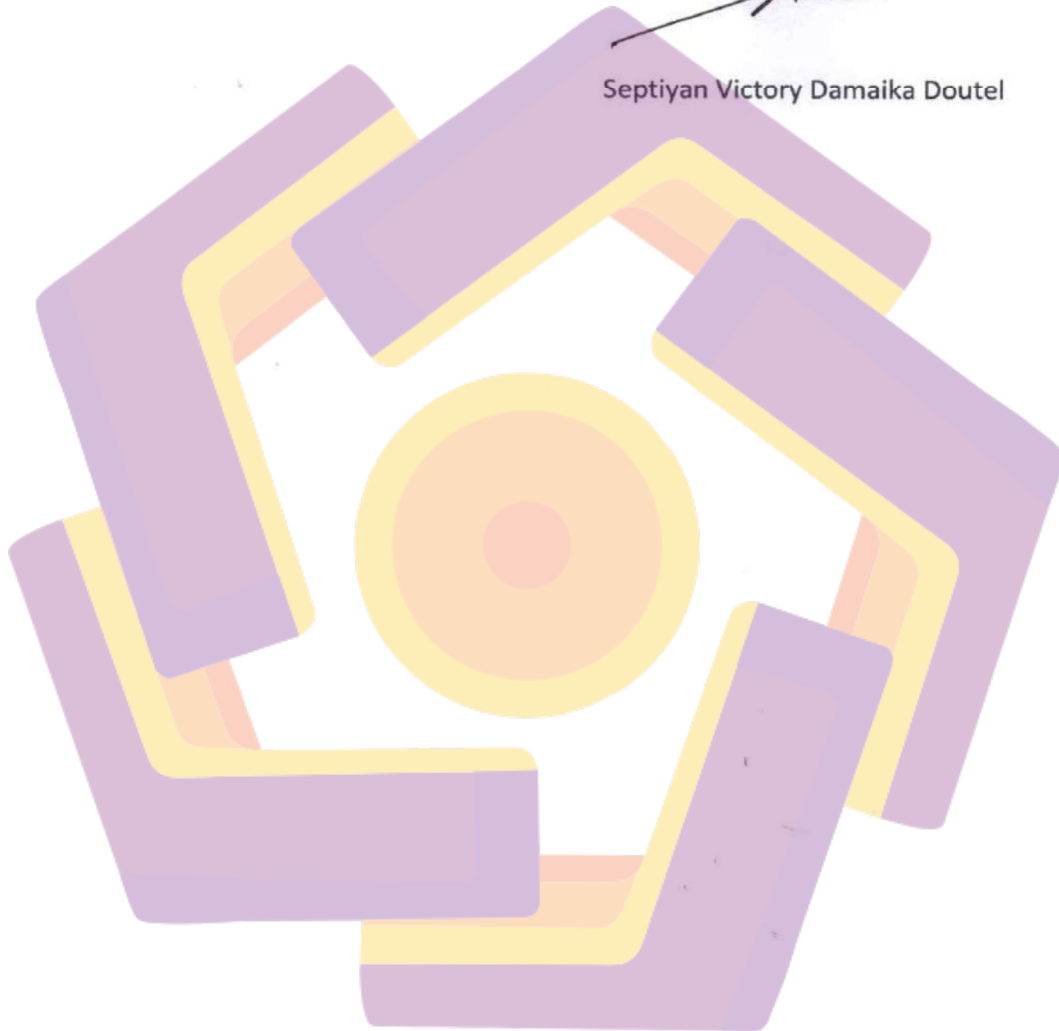
1. Kepada Orang Tua saya, Bapak Domingos Doutel, Ibu Sulistiyani, dan adik saya Conceicao Angelyta Anggriyani Doutel yang selalu mendoakan, membimbing, dan memberikan motivasi dalam mendukung pembuatan tugas akhir dan penyusunan skripsi.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
3. Emha Taufiq Luthfo, S.T.,M.Kom selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
4. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
5. Andreas Tri Pamungkas, M.A selaku Dosen Pembimbing
6. Kepada seluruh pihak Twenty Seven Barbershops terutama pemilik usaha Abdul Muhadjir Soleman yang sudah memberikan ijin dalam pembuatan video promosi.
7. Kepada Desiana Muryasari, S.Pd, M.Pd dan Nawung Asmoro Girindraswari, S.Pd, M.Pd yang sudah mendukung dan memberikan semangat dalam proses pencapaian menyelesaikan program strata satu (S1).
8. Sahabat Fadilah, Bagas Yoga, Yohanes Arinanto, dan Noviani Gelen yang sudah mendukung dalam penyusunan skripsi ini
9. Terimakasih kepada kru yang sudah membantu dalam menciptakan video promosi ini.

9. Terimakasih kepada kru yang sudah membantu dalam menciptakan video promosi ini
10. Terimakasih untuk Ilmu Komunikasi 04 angkatan 19 yang telah memberikan support serta dukungan selama masa perkuliahan
11. Pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 8 Agustus 2023



Septiyan Victory Damaika Doutel

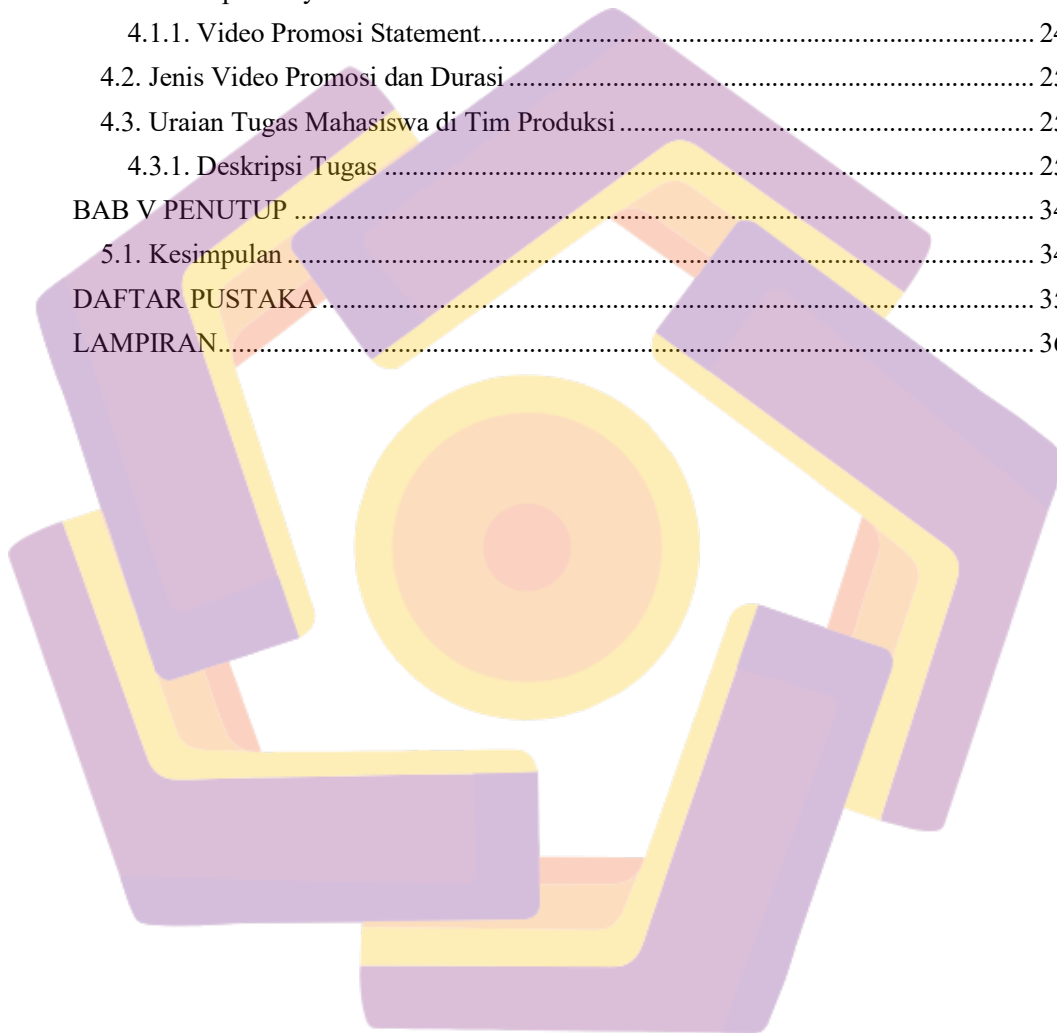




## DAFTAR ISI

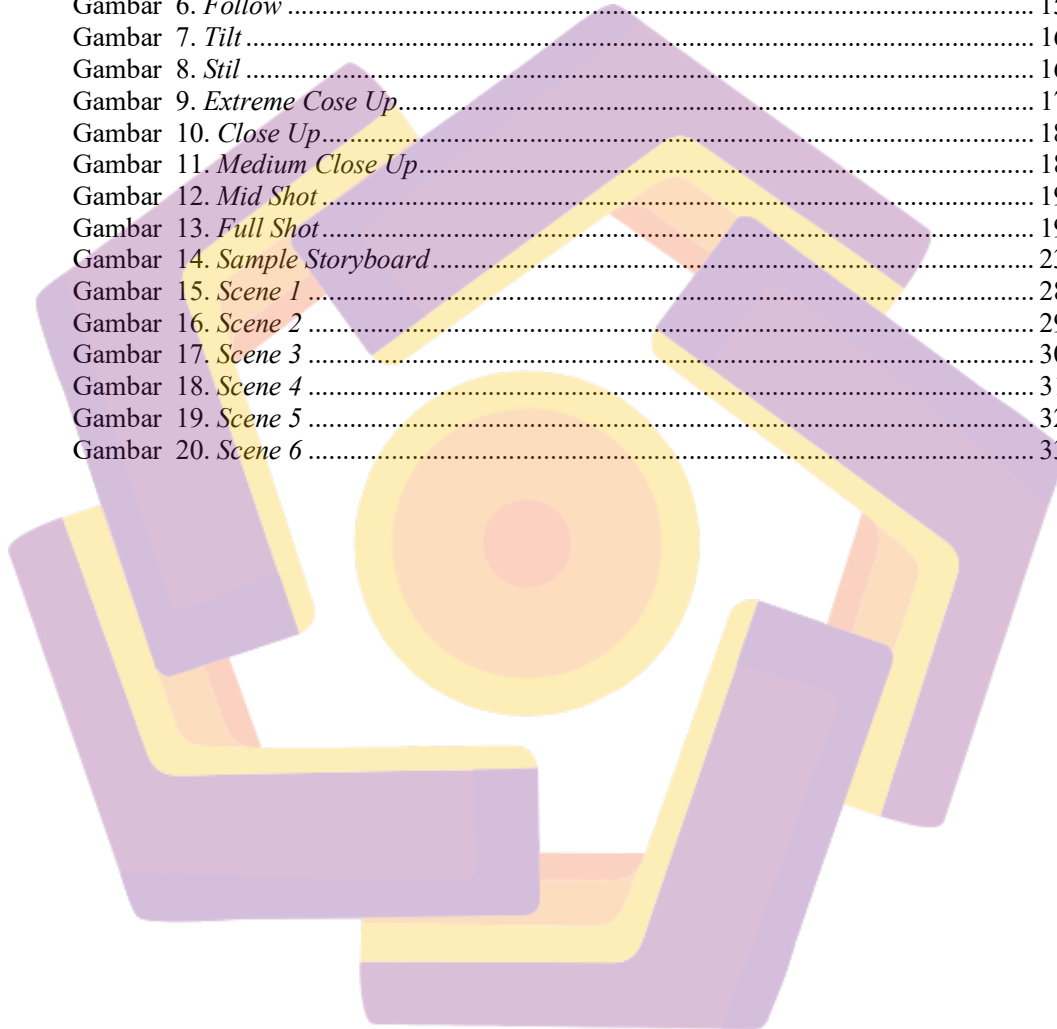
|  |     |
|--|-----|
| PERSETUJUAN.....                                 | i   |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....                  | ii  |
| LEMBAR PERNYATAAN.....                           | iii |
| MOTTO .....                                      | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                             | v   |
| DAFTAR ISI.....                                  | vii |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | ix  |
| DAFTAR TABEL.....                                | x   |
| ABSTRAK.....                                     | xii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                           | 1   |
| 1.1 Latar Belakang.....                          | 1   |
| 1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah ..... | 6   |
| 1.3 Tujuan.....                                  | 6   |
| 1.4 Manfaat .....                                | 6   |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                      | 6   |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                      | 6   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                    | 7   |
| 2.1. Refrensi Karya .....                        | 7   |
| 2.2. Landasan Teori.....                         | 8   |
| 2.2.1. Video Promosi .....                       | 8   |
| 2.2.3 Tahapan Produksi.....                      | 10  |
| 2.2.4 Visual Storytelling .....                  | 12  |
| 2.2.5 Sinematografi.....                         | 14  |
| 2.2.7 Teknik Kamera Framing .....                | 17  |
| BAB III RENCANA PERANCANGAN.....                 | 20  |
| 3.1. Gambaran Rancangan Karya .....              | 20  |
| 3.1.1. Judul Konten & Kategori .....             | 20  |
| 3.1.2. Format Konten .....                       | 20  |
| 3.1.3. Format Media.....                         | 20  |
| 3.1.4. Volume Konten.....                        | 20  |
| 3.1.5. Target Audiens.....                       | 21  |
| 3.1.6 Periode Publikasi Konten.....              | 22  |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.2. Gambaran Isi Pesan Karya.....                                 | 22        |
| 3.2.1 Storyboard.....  | 22        |
| 3.3. Strategi Prmosi dan Distribusi Karya.....                     | 23        |
| 3.3.1 Instagram.....   | 23        |
| <b>BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI.....</b> | <b>24</b> |
| 4.1. Deskripsi Karya .....   | 24        |
| 4.1.1. Video Promosi Statement.....                                | 24        |
| 4.2. Jenis Video Promosi dan Durasi .....                          | 25        |
| 4.3. Uraian Tugas Mahasiswa di Tim Produksi .....                  | 25        |
| 4.3.1. Deskripsi Tugas .....                                       | 25        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>   | <b>34</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....  | 34        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>35</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>36</b> |



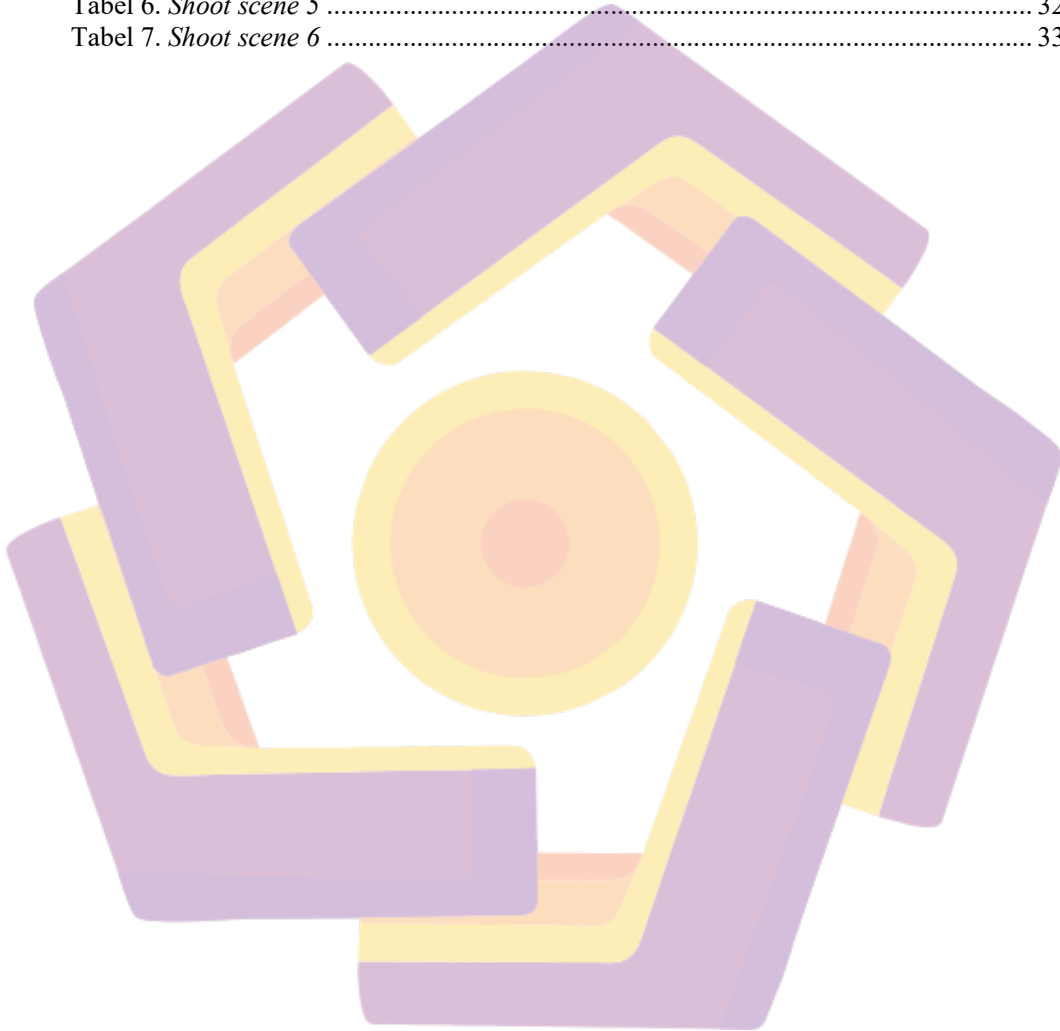
## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Profil Instagram <i>Twenty Seven Barbershoes</i> ..... | 2  |
| Gambar 2. Konten <i>Twety Seven Barbershoes</i> .....            | 3  |
| Gambar 3. Footage Video <i>Reels Thanks For Solution</i> .....   | 7  |
| Gambar 4. Footage Video Promosi “@uppercutdeluxe” .....          | 8  |
| Gambar 5. <i>Panning</i> .....                                   | 15 |
| Gambar 6. <i>Follow</i> .....                                    | 15 |
| Gambar 7. <i>Tilt</i> .....                                      | 16 |
| Gambar 8. <i>Stil</i> .....                                      | 16 |
| Gambar 9. <i>Extreme Cose Up</i> .....                           | 17 |
| Gambar 10. <i>Close Up</i> .....                                 | 18 |
| Gambar 11. <i>Medium Close Up</i> .....                          | 18 |
| Gambar 12. <i>Mid Shot</i> .....                                 | 19 |
| Gambar 13. <i>Full Shot</i> .....                                | 19 |
| Gambar 14. <i>Sample Storyboard</i> .....                        | 23 |
| Gambar 15. <i>Scene 1</i> .....                                  | 28 |
| Gambar 16. <i>Scene 2</i> .....                                  | 29 |
| Gambar 17. <i>Scene 3</i> .....                                  | 30 |
| Gambar 18. <i>Scene 4</i> .....                                  | 31 |
| Gambar 19. <i>Scene 5</i> .....                                  | 32 |
| Gambar 20. <i>Scene 6</i> .....                                  | 33 |



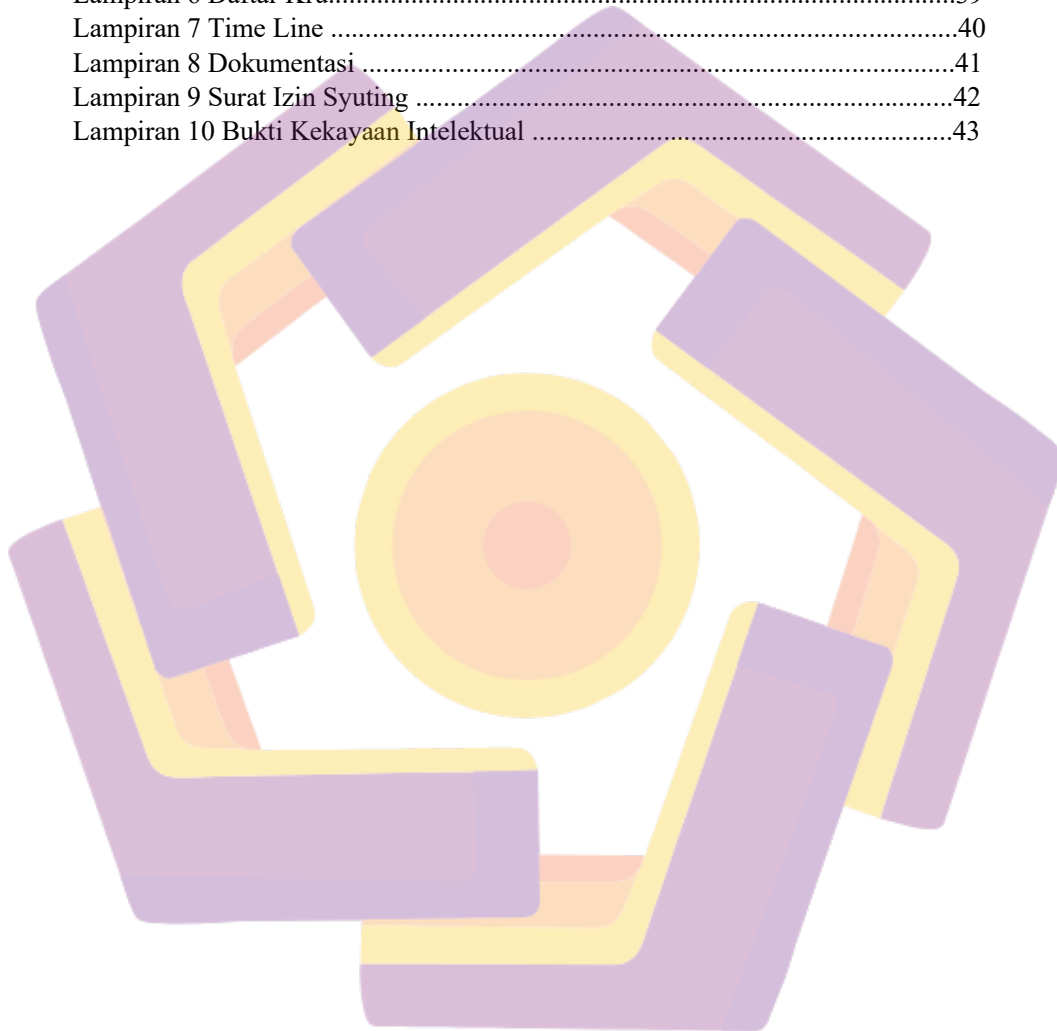
## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. Proses Tahapan Produksi ..... | 10 |
| Tabel 2. <i>Shoot scene 1</i> .....    | 28 |
| Tabel 3. <i>Shoot scene 2</i> .....    | 29 |
| Tabel 4. <i>Shoot scene 3</i> .....    | 30 |
| Tabel 5. <i>Shoot scene 4</i> .....    | 31 |
| Tabel 6. <i>Shoot scene 5</i> .....    | 32 |
| Tabel 7. <i>Shoot scene 6</i> .....    | 33 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1 Tautan Karya .....                | 37 |
| Lampiran 2 Storyboard .....                  | 37 |
| Lampiran 3 Shoot List.....                   | 37 |
| Lampiran 4 Tabel Pelaksanaan Kegiatan .....  | 38 |
| Lampiran 5 Kebutuhan Peralatan.....          | 39 |
| Lampiran 6 Daftar Kru.....                   | 39 |
| Lampiran 7 Time Line .....                   | 40 |
| Lampiran 8 Dokumentasi .....                 | 41 |
| Lampiran 9 Surat Izin Syuting .....          | 42 |
| Lampiran 10 Bukti Kekayaan Intelektual ..... | 43 |



## ABSTRAK

Kekuatan visual *storytelling* adalah kemampuan gambar untuk menyampaikan makna cerita. Berfokus menyampaikan pesan kepada audiens, sesuai dengan apa yang sudah ditentukan. Video promosi *Twenty Seven Barbershoes* memerlukan unsur kekuatan visual *storytelling* seperti *Educational*, *Emphatic* dan *Engaging*, dibantu dengan aspek sinematografi berupa teknik pengambilan gambar. Video promosi *Twenty Seven Barbershoes* bercerita tentang kaum milenial yang sedang berkendara menuju barbershop, dengan kondisi rambut yang masih belum rapih dan melakukan pangkas rambut. Video promosi yang ditampilkan harus memenuhi aspek promosi dan mampu mempengaruhi pemikiran, sikap, dan prilaku audiens terhadap suatu produk atau layanan. Proses terciptanya video promosi dengan *stotyelling* yang baik, harus melalui tiga tahapan produksi yaitu, pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

*Kata kunci : Storytelling, Video Promosi, Sinematografi, Bingkai, Framinng*

## ABSTRAC

The power of visual storytelling is the ability of images to convey the meaning of a story. Focus on delivering messages to the audience, according to what has been determined. The promotional video of *Twenty Seven Barbershoes* requires elements of visual storytelling power such as *Educational*, *Emphatic* and *Engaging*, assisted by cinematographic aspects in the form of shooting techniques. The promotional video of *Twentyseven Barbershoes* tells the story of millennials who are driving to the barbershop, with their hair still neat and doing haircuts. The promotional video displayed must meet the promotional aspects and be able to influence the thoughts, attitudes, and behavior of the audience towards a product or service. The process of creating promotional videos with good stotyelling must go through three stages of production, namely, pre-production, production, and post-production.

*Keywords : Storytelling, Promotional Video, Cinematography, Frame, Framinng*