

**SKRIPSI NON REGULER SKEMA ARTIST AUDIO VISUAL CONTENT  
CREATOR  
STORYTELLING PADA PEMBUATAN VIDEO KOMERSIAL MOSSA  
COFFEE**

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana strata satu  
(S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi**

**Universitas Amikom Yogyakarta**



**Oleh :**

**Fadlal Zaqy**

**19.96.1088**

**Dosen Pembimbing :**

**Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom**

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

**(2023)**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**STORYTELLING PADA PEMBUATAN VIDEO KOMERSIAL MOSSA**  
**COFFEE**

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

**Universitas Amikom Yogyakarta**

**Diajukan oleh :**

**Fadlal Zaqy**

**19.96.1088**

**Menyetujui Dosen Pembimbing**



**Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIK. 190302477**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



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

**NIK. 190302125**



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

**NIK. 190302107**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadlal Zaqy

NIM : 19.96.1088

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, 16 Juni 2023  
Yang Memberikan Pernyataan



Fadlal Zaqy  
NIM.19.96.1088

## 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. (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. Wiwid Adiyanto. S.I.Kom., M.IKom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu tulus dan sabar dalam membimbing penulis.
5. Taufik dan Naufal Sidiq selaku tim inti produksi video.
6. Mossa Coffee yang sudah bersedia membantu dalam pengerjaan skripsi.

Yogyakarta, 16 Juni 2023



Fadlal Zaqy

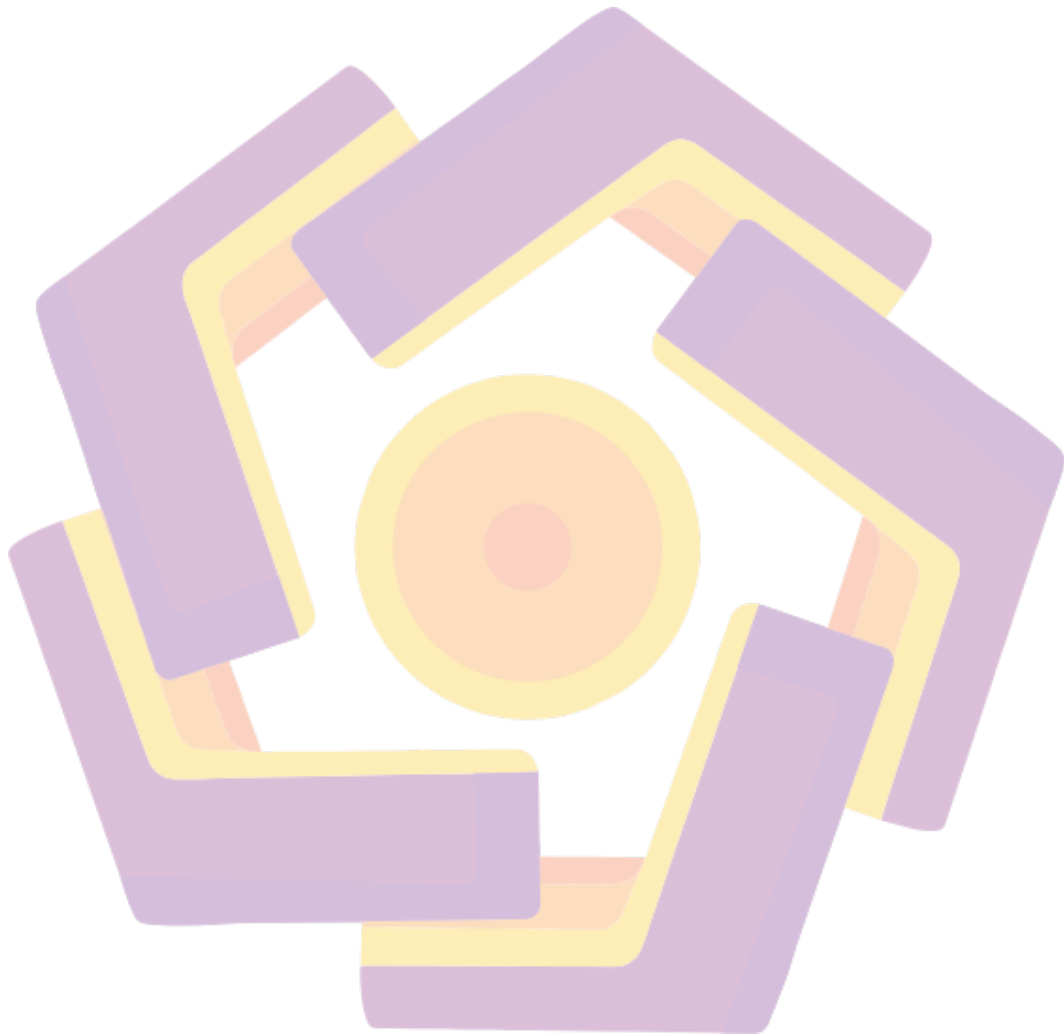
## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DARTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
<b>BAB II TUJUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Refrensi Karya.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Storytelling.....	8
2.2.2 Sutradara.....	10
<b>BAB III KONSEP PENCIPTAAN.....</b>	<b>12</b>
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	12
3.1.1 Judul Konten & Kategori.....	12
3.1.2 Format Konten.....	12
3.1.3 Format Media.....	12
3.1.4 Volume Konten.....	12
3.1.5 Target Audiens.....	13

3.1.6 Periode Publikasi Konten.....	14
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya.....	14
3.3 Strategi Promosi Dan Distribusi karya.....	15
3.3.1 YouTube.....	15
3.3.2 Instagram.....	15
<b>BAB IV ULASAN KARYA.....</b>	<b>17</b>
4.1 Deskripsi Karya.....	17
4.2 Uraian Proses Produksi.....	18
4.2.1 Deskripsi Tugas.....	18
4.2.2 Pra-Produksi.....	19
4.2.3 Produksi.....	21
4.2.4 Pasca Produksi.....	23
4.2.5 Kendala dan Pemecahan Masalah.....	24
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>26</b>
5.1 Kesimpulan.....	26
5.2 Saran.....	26
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>27</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>30</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Pra Produksi.....	20
Tabel 4.2 Produksi.....	23
Tabel 4.3 Pasca Produksi.....	24



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Tautan Karya.....	31
Lampiran 2	: Premis, Logline, Sinopsis.....	31
Lampiran 3	: Naskah.....	32
Lampiran 4	: Storyline.....	37
Lampiran 5	: Shotlist.....	39
Lampiran 6	: Storyboard.....	40
Lampiran 7	: Daftar Talent.....	41
Lampiran 8	: Peralatan dan Properti.....	41
Lampiran 9	: Daftar Kru dan Job Desk.....	42
Lampiran 10	: Time Kerja.....	43
Lampiran 11	: Rencana Anggaran.....	44
Lampiran 12	: Laporan Keuangan (Riil).....	45
Lampiran 13	: Dokumentasi.....	46
Lampiran 14	: surat izin.....	47
Lampiran 15	: Bukti Hak Karya Intelektual.....	48



## INTISARI

*Storytelling* merupakan sebuah teknik bercerita melalui media atau secara langsung kepada pendengar atau penonton yang memiliki sifat menghibur, tidak menggurui, dan dapat mengembangkan imajinasi. Penulis menggunakan teori 3 babak dalam pembuatan video iklan Mossa Coffee. Penulis juga menggunakan konsep digital *storytelling* dalam pembuatan video iklan Mossa Coffee. Sutradara yang bertanggung jawab dalam mengarahkan dan mengkoordinasikan dalam aspek produksi untuk pembuatan seperti film, acara televisi, video komersial dan video visual lainnya. Sutradara adalah salah satu posisi penting dalam industri hiburan, dalam membentuk visi *artistic* dan naratif dari sebuah karya. Peran sutradara dalam pembuatan video iklan komersial yang pertama adalah konseptualisasi yang meliputi pengembangan konsep, dan ide-ide kreatif, kedua pengarahan pemeran sutradara memberikan petunjuk mengungkapkan emosi, gerakan, dan cara berbicara, ketiga koordinasi produksi, dalam memimpin tim sutradara bertanggung jawab dalam pengaturan jadwal, pemilihan pemain, pengaturan pentuan lokasi, dan segala aspek produksi lainnya, dan keempat adalah penyutingan, sutradara sangat berperan penting pada proses penyutingan yang berkerja untuk memilih cuplikan terbaik, mengatur urutan adegan, dan menambahkan elemen visual dan audio lainnya untuk mencapai hasil yang sesuai. Penulis ingin mengetahui bagaimana unsur-unsur *storytelling* teori 3 babak dalam proses pembuatan video iklan Mossa Coffee dapat membantu sutradara dalam memimpin jalannya sebuah produksi. Setelah penulis meneliti, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa teori 3 babak dalam *storytelling* dapat membantu sutradara dalam memimpin jalannya produksi.

Kata Kunci : Sutradara, *Storytelling*, dan *Digital Storytelling*

## **ABSTRAC**

*Storytelling is a storytelling technique through media or directly to the listener or audience that has an entertaining, non-patronizing nature, and can develop imagination. The author uses the 3-act theory in making Mossa Coffee advertising videos. The author also uses the concept of digital storytelling in making Mossa Coffee advertising videos. The director is responsible for directing and coordinating the production aspects for productions such as movies, television shows, commercial videos and other visual videos. The director is one of the most important positions in the entertainment industry, in shaping the artistic and narrative vision of a work. The first role of the director in making a commercial advertising video is conceptualization which includes developing concepts and creative ideas, the second is directing the cast, the director provides instructions for expressing emotions, movements, and ways of speaking, the third is coordinating production, in leading the team the director is responsible for setting schedules, selecting actors, arranging locations, and all other aspects of production, and the fourth is editing, the director plays a very important role in the editing process which works to select the best footage, arrange the sequence of scenes, and add other visual and audio elements to achieve appropriate results. The author wants to know how the storytelling elements of the 3-act theory in the process of making a Mossa Coffee advertising video.*

*Keywords : Director, Storytelling, dan Digital Storytelling*