

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***  
**IMPLEMENTASI TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR OLEH**  
***DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY* PADA VIDEO IKLAN**  
***MOSSA COFFEE***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh :**

Naufal Sidiq                      19.96.1117

**Dosen Pembimbing :**

Wiwid Adiyanto, M.I.Kom

NIK. 190302477

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

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR***  
**IMPLEMENTASI TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR OLEH**  
***DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY* PADA VIDEO IKLAN *MOSSA COFFEE***  
**“KOPI MOSSA CAIRKAN SUASANA”**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh :

**Naufal Sidiq**

19.96.1117

**Menyetujui,  
Dosen pembimbing**



**Wiwid Adiyanto, 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 Mahasiswa : Naufal Sidiq

NIM : 19.96.1117

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 dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 02 Juni 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Naufal Sidiq

NIM : 19.96.1117

## 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.

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.Kom, M.Eng. (Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Wiwid Adiyanto, M.I.Kom. (Dosen Pembimbing)
5. Mossa Coffee (Pihak Instansi)
6. Keluarga yang selalu mendoakan, mendukung dan memberi nasehat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
7. Fadlal Zaqy, Taufikur Rahman Duila Mayor dan Adzmi Yusuf Tuatoy selaku teman yang membantu memberikan saran, atau ide selama *project* ini berlangsung.
8. *And last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Yogyakarta, 02 Juni 2023

Naufal Sidiq

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan.....	5
1.4. Manfaat.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Referensi Karya.....	6
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. <i>Director of Photography</i> .....	8
2.2.2. <i>Cameraman</i> .....	9
2.2.3. <i>Cinematography</i> .....	10
BAB III KONSEP PENCIPTAAN.....	18
3.1. Gambaran Rancangan Karya.....	18
3.1.1. Judul Konten & Kategori.....	18
3.1.2. Format Konten.....	18

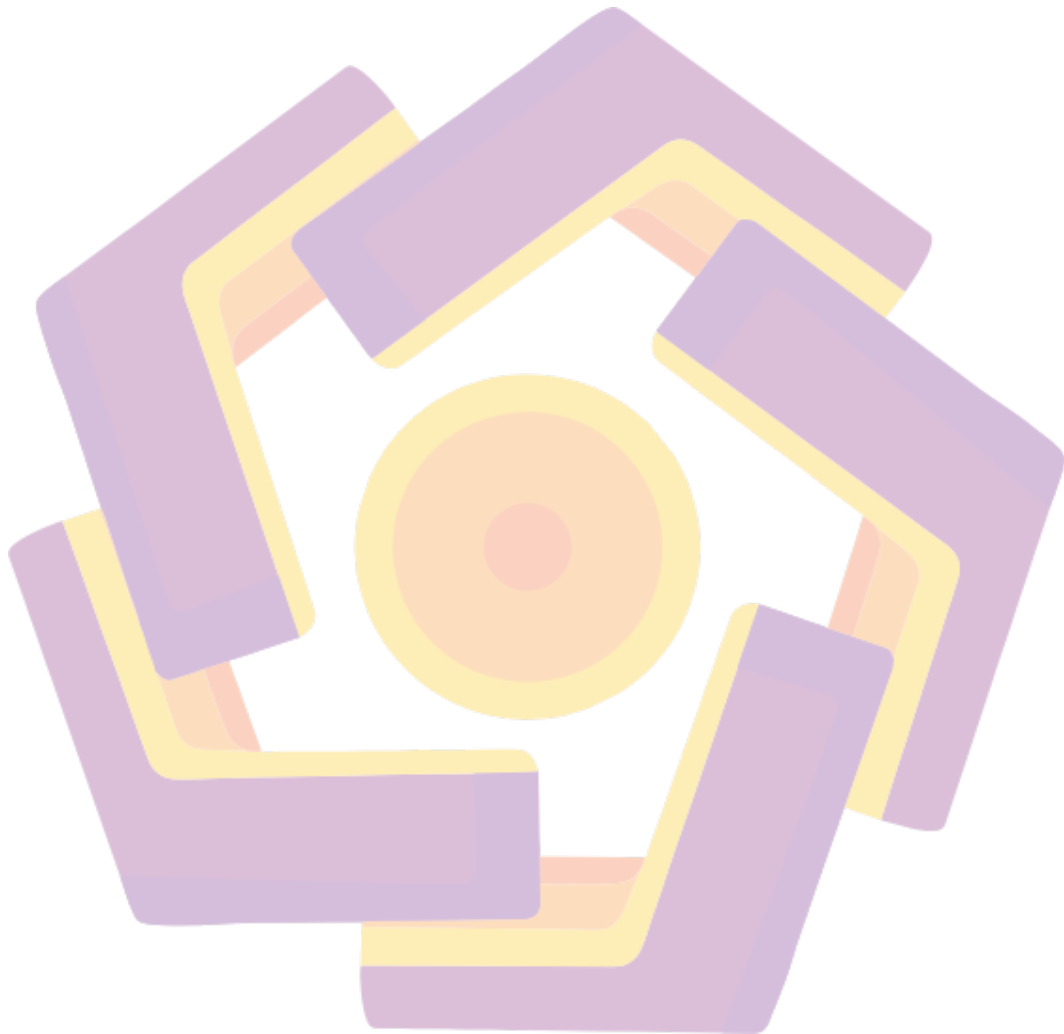
3.1.3.	Format Media.....	18
3.1.4.	Volume Konten .....	18
3.1.5.	Target Audiens .....	19
3.1.6.	Periode Publikasi Konten.....	20
3.2.	Gambaran Isi Pesan Karya.....	20
BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI .....		21
4.1.	Deskripsi Karya .....	21
4.2.	Uraian Produksi .....	22
4.2.1.	Pra Produksi.....	23
4.2.2.	Produksi .....	25
4.2.3.	Pasca Produksi .....	39
4.3.	Kendala dan Pemecahan Masalah.....	40
BAB V PENUTUP.....		42
5.1.	Kesimpulan .....	42
5.2.	Saran .....	43
DAFTAR PUSTAKA.....		44
LAMPIRAN.....		46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tehbotol Sosro Di manapun Makannya, Minumnya.....	6
Gambar 2. 2 Coca - Cola Rasakan Keajaiban Saat Makan Bersama .....	7
Gambar 2. 3 Sprite, Gerah ? Chill Aja Lah .....	7
Gambar 4. 1 Pembuatan Storyboard .....	24
Gambar 4. 2 Pembuatan Shot List.....	24
Gambar 4. 3 Scene 1 Shot 1 .....	25
Gambar 4. 4 Scene 1 Shot 2 .....	26
Gambar 4. 5 Scene 2 Shot 1 .....	26
Gambar 4. 6 Scene 3 Shot 1 .....	27
Gambar 4. 7 Scene 3 Shot 2 .....	27
Gambar 4. 8 Scene 4 Shot 1 .....	28
Gambar 4. 9 Scene 4 Shot 2 .....	29
Gambar 4. 10 Scene 4 Shot 3 .....	29
Gambar 4. 11 Scene 5 Shot 1 .....	30
Gambar 4. 12 Scene 5 Shot 2 .....	31
Gambar 4. 13 Scene 5 Shot 3 .....	31
Gambar 4. 14 Scene 5 Shot 4 .....	32
Gambar 4. 15 Scene 5 Shot 5 .....	33
Gambar 4. 16 Scene 6 Shot 1 .....	33
Gambar 4. 17 Scene 6 Shot 2 .....	34
Gambar 4. 18 Scene 7 Shot 1 .....	35
Gambar 4. 19 Scene 7 Shot 2 .....	35
Gambar 4. 20 Scene 7 Shot 3 .....	36
Gambar 4. 21 Scene 7 Shot 4 .....	36
Gambar 4. 22 Scene 8 Shot 1 .....	37
Gambar 4. 23 Scene 8 Shot 2 .....	37
Gambar 4. 24 Scene 8 Shot 3 .....	38

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Pra Produksi .....	24
Tabel 4. 2 Produksi.....	39
Tabel 4. 3 Pasca Produksi.....	40





## ABSTRAK

Eksistensi *café* di Yogyakarta saat ini telah menjadi pemandangan yang biasa kita jumpai dalam kehidupan sehari – hari, beragam nama pun muncul dari warung kopi, kedai kopi, hingga angkringan tumbuh layaknya jamur di musim penghujan. Tumbuhnya berbagai macam *café* tersebut tidak terlepas dari kehidupan malam anak muda jogja yang tidak bisa dipungkiri dari namanya *hangout*, *clubbing* (dugem/dunia gemerlap) atau sekedar jalan – jalan. Salah satu *café* di Kota Yogyakarta yang penulis dan tim ambil adalah *Mossa Coffee*, hal tersebut diambil karena *Mossa Coffee* pada awalnya berjualan menggunakan sepeda motor (*starling*) dan juga dimiliki oleh orang timur sehingga secara tidak langsung mereka juga membawa *culture* dari Indonesia Timur. Setelah 1 tahun lebih mereka beroperasi menggunakan motor (*starling*), akhirnya mereka memiliki hunian tetap sebagai tempat mereka berjualan dan tentunya memberikan kualitas terbaik dari produk mereka. Namun setelah mempunyai hunian tetap di lokasi yang cukup strategis, *Mossa Coffee* kerap mengalami penurunan pengunjung dan penjualan pada awal – awal jam buka hingga menjelang malam. Pihak *Mossa Coffee* juga mempunyai permintaan untuk mengubah stigma *Mossa Coffee* yang awalnya hanya untuk orang timur menjadi tempat yang cocok untuk semua kalangan yang ingin menikmati waktu bersama bahkan bagi orang yang ingin mempelajari mengenai perkopian. Pada saat proses pembuatan video komersial ini berlangsung, dibutuhkan seorang *Director of Photography* dalam merancang dan menerjemahkan naskah kedalam bahasa *visual*. Hasilnya dari apa yang telah penulis buat adalah dalam pembuatan video komersial dibutuhkan implementasi teknik – teknik *cinematography* seperti *angle*, *type shot*, *movement* dan *composition* yang dirancang oleh *Director of Photography* sebagai ketua pembentukan *visual*, penerapan teknik – teknik *cinematography* tersebut guna menciptakan *visual* dari video yang memukau dan *cinematic* sehingga dapat dinikmati masyarakat.

**Kata Kunci :** *Café*, *Mossa Coffee*, *Cinematography*, *Visual*, *Director of Photography*.

## ABSTRACT

*The existence of cafes in Yogyakarta today has become a common sight in our daily lives, various names have emerged from coffee shops to angkringan growing like mushrooms in the rainy season. The growth of various kinds of cafes is inseparable from the nightlife of young people in Jogja, which cannot be denied from the name hangout, clubbing (dugem/dunia gemerlap) or just walking around. One of the cafes in Yogyakarta City that the author and the team took was Mossa Coffee, this was taken because Mossa Coffee initially sold using a motorcycle (starling) and was also owned by easterners so that indirectly they also brought culture from Eastern Indonesia. After more than 1 year they operated using a motorcycle (starling), finally they had a permanent residence as a place for them to sell and of course provide the best quality of their products. However, after having a permanent residence in a strategic location, Mossa Coffee often experiences a decline in visitors and sales at the beginning of opening hours until late at night. Mossa Coffee also has a request to change the stigma of Mossa Coffee which was originally only for easterners to become a place suitable for all groups who want to enjoy time together even for people who want to learn about coffee. During the process of making this commercial video, a Director of Photography is needed in designing and translating the script into visual language. The result of what the author has made is that the making of commercial videos requires the implementation of cinematography techniques such as angle, type shot, movement and composition designed by the Director of Photography as the head of visual formation, the application of these cinematography techniques to create visuals from stunning and cinematic videos so that they can be enjoyed by the public.*

**Keywords :** *Café, Mossa Coffee, Cinematography, Visual, Director of Photography*