

**PERANCANGAN VIDEO SINEMATIK IKLAN AUDIO VISUAL  
“MEMORIES AT KOKI JONI” UNTUK MENGUATKAN UNSUR NOSTALGIA  
(ARTIS-VISUAL CONTENT CREATOR)  
SKRIPSI SKEMA ARTIS**



**Disusun oleh:**

Rasyid Karami  
19.96.1656

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**PERANCANGAN VIDEO SINEMATIK IKLAN AUDIO VISUAL  
“MEMORIES AT KOKI JONI” UNTUK MENGUATKAN UNSUR NOSTALGIA  
(ARTIS-VISUAL CONTENT CREATOR)  
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Rasyid Karami  
19.96.1656

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PERANCANGAN VIDEO SINEMATIK IKLAN AUDIO VISUAL  
“MEMORIES AT KOKI JONI” UNTUK MENGUATKAN UNSUR NOSTALGIA**

**(ARTIS-VISUAL CONTENT CREATOR)**

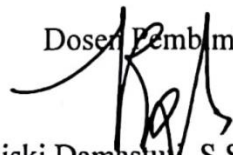
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rasyid Karami  
19.96.1656

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 10 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A.  
NIK. 190302475

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PERANCANGAN VIDEO SINEMATIK IKLAN AUDIO VISUAL  
“MEMORIES AT KOKI JONI” UNTUK MENGUATKAN UNSUR NOSTALGIA**

**(ARTIS-VISUAL CONTENT CREATOR)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rasyid Karami  
19.96.1656

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 28 Februari 2024

**Nama Penguji**

Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E, M.Hum

NIK. 190302266

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

NIK. 190302435

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(28 Februari 2024)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Februari 2024



Rasyid Karami  
19.96.1656

## 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. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam menyusun skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan anaknya dalam perjalanan studi yang ditempuh.
6. Aldean Tegar selaku streamer yang telah menemani perjalan skripsi ini dari awal pembuatan sampai akhir
7. Suyono dan Brian Edityanto selaku Owner Koki Joni
8. Drajad Sipo selaku Manager Koki Joni

Yogyakarta, 26 Februari 2024



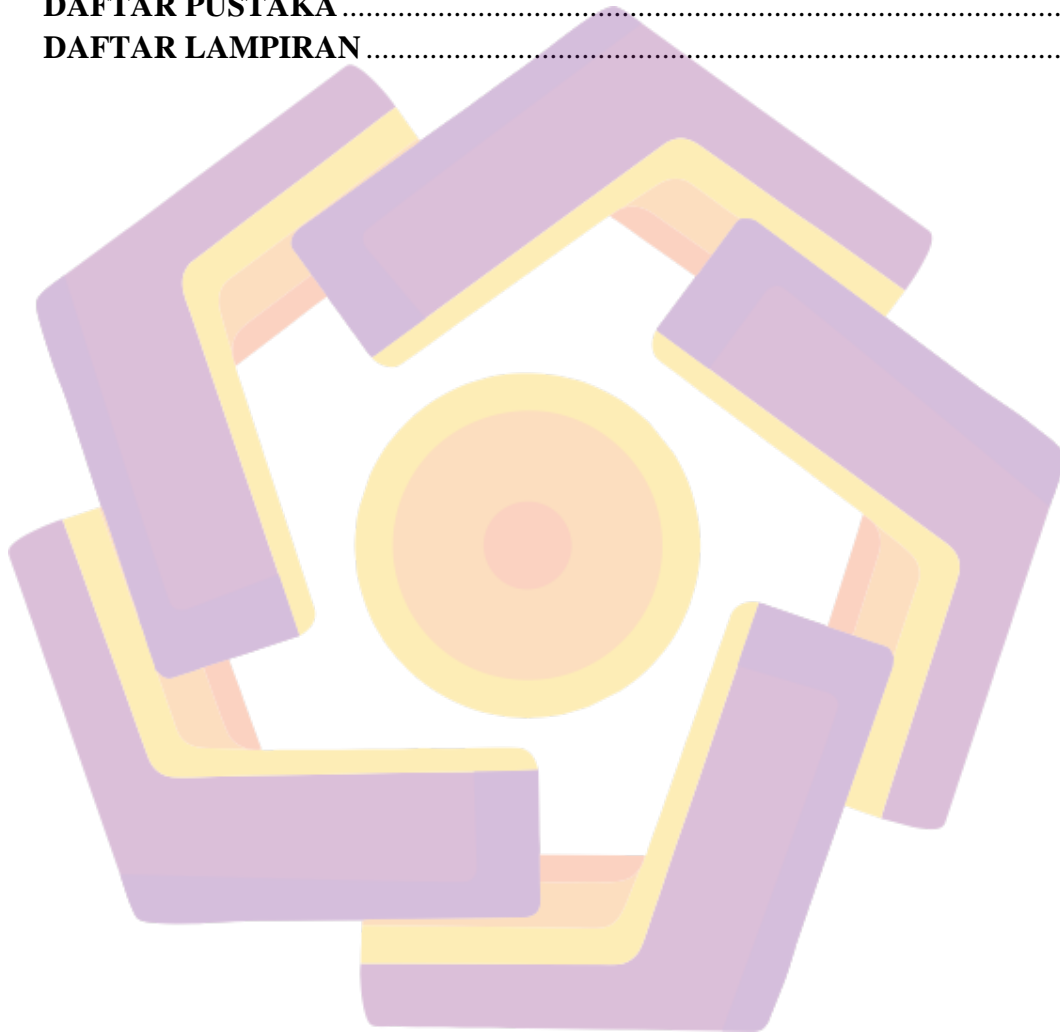
Rasyid Karami



## DAFTAR ISI

<b>COVER DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>COVER BELAKANG</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah .....	3
1.3 Manfaat Penciptaan Karya .....	3
1.3.1 Manfaat Akademis .....	3
1.3.2 Manfaat Praktis .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Referensi Karya Sebelumnya.....	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Iklan Audio Visual .....	7
2.2.2 Editor.....	8
2.2.3 Editing .....	8
2.2.3.1 Cut.....	8
2.2.3.2 Continuity.....	9
2.2.3.3 Montage .....	9
2.2.3.4 Smooth Zoom Transition .....	10
2.2.3.5 Color Grading .....	10
2.2.3.6 Psikologi Warna.....	11
<b>BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA</b> .....	<b>13</b>
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	13
3.1.1 Judul Content dan Katagori Content Creator .....	13
3.1.2 Format Konten: Iklan Komersial .....	13
3.1.3 Format Media : Youtube dan Instagram .....	13
3.1.4 Volume Konten .....	14
3.1.5 Target Audiens .....	14
3.1.6 Periode Publikasi Konten.....	15
3.1.7 Gambaran Isi dan Pesan Karya .....	16
<b>BAB IV ULASAN KARYA PERANCANGAN</b> .....	<b>17</b>
4.1 Deskripsi Karya.....	17
4.2 Uraian Proses Produksi dan Analisis Teori.....	18

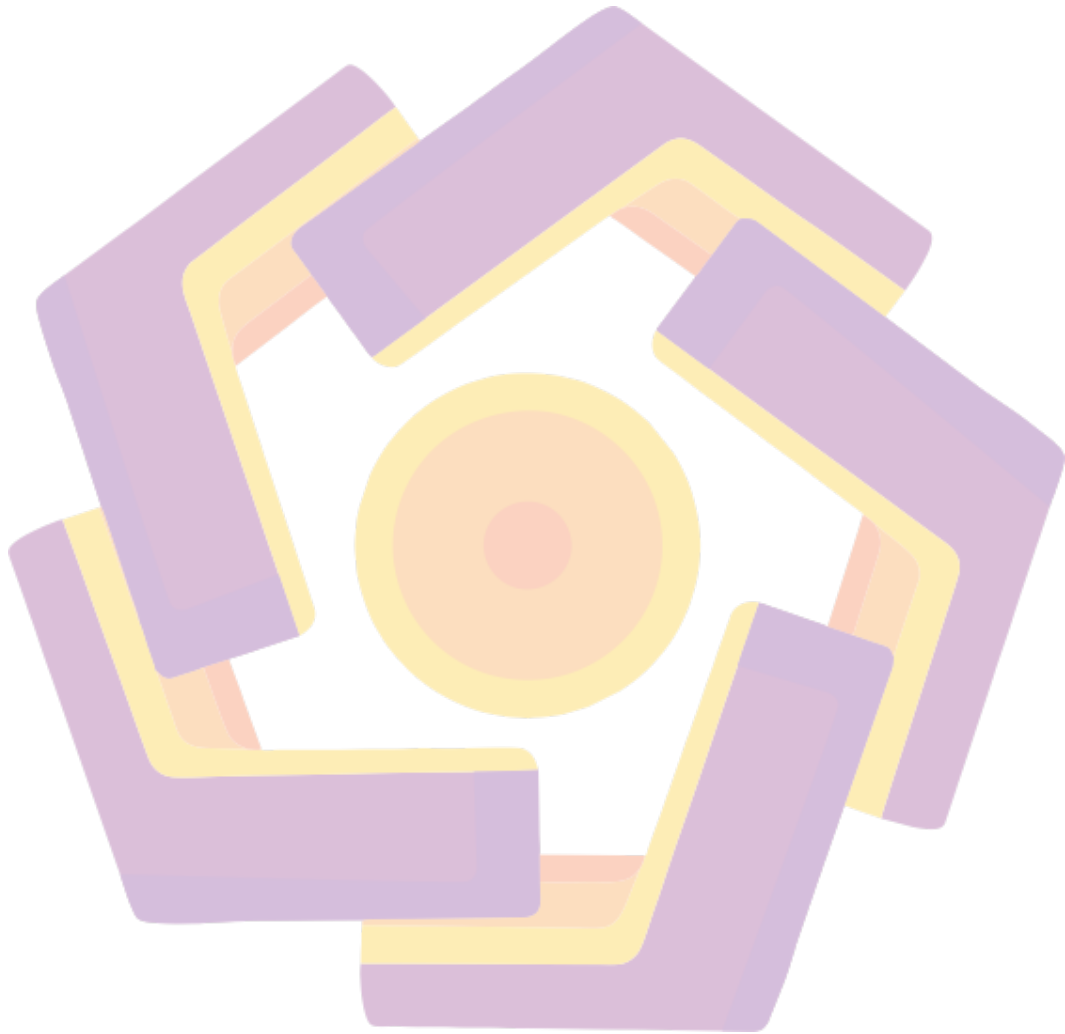
4.2.1 Proses Pra-Produksi- Pasca Produksi.....	18
4.2.2 Editing Offline .....	19
4.2.3 Editing Online .....	22
4.2.4 Proses Penerapan Visual Effect Smooth Zoom Transition .....	25
4.2.5 Proses Penerapan Color Grading .....	26
4.3 Kendala dan Permasalahan Masalah.....	26
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>27</b>
5.1 Kesimpulan .....	27
5.2 Saran.....	27
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>28</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>29</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Scheduling Pra- Pasca Produksi .....	19
--	----

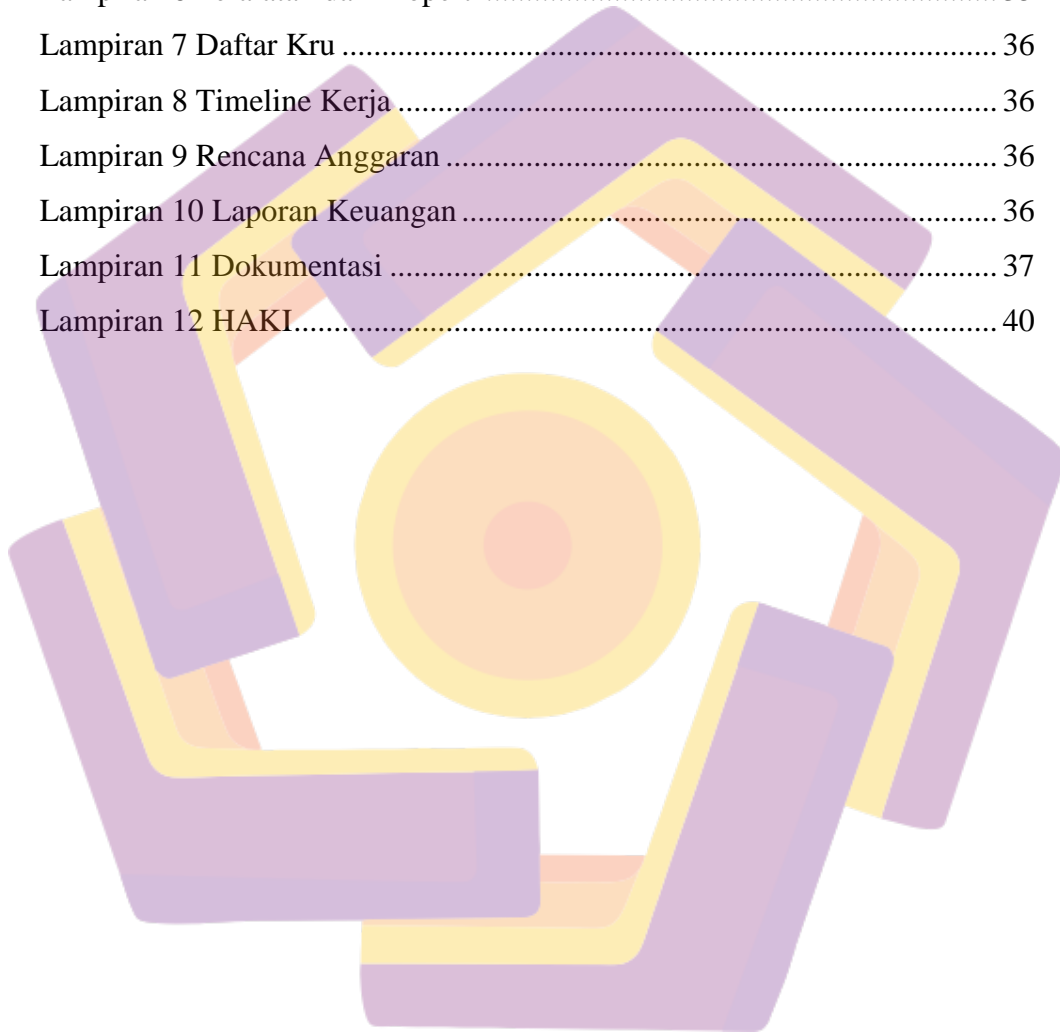


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Film Ratotoiulle .....	5
Gambar 2.2 Video Referensi Penggunaan Color Grading.....	6
Gambar 4.1 Pemilihan Footage.....	19
Gambar 4.2 Pengelompokan File.....	20
Gambar 4.3 Review and Selection Footage Video .....	20
Gambar 4.4 Sinkroniasi Footage.....	21
Gambar 4.5 Rough Cut .....	21
Gambar 4.6 Fine Cut.....	22
Gambar 4.7 Picture Lock .....	22
Gambar 4.8 Visual Effect Smooth Zoom Transition .....	23
Gambar 4.9 Color Grading.....	23
Gambar 4.10 Color Grading Flashback Scene.....	23
Gambar 4.11 Rendering .....	24
Gambar 4.12 Color Grading Sebelum Flashback .....	24
Gambar 4.13 Smooth Zoom Transition .....	25
Gambar 4.14 Color Grading Flashback .....	25

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan Karya.....	29
Lampiran 2 Premis, Logline, Sinopsis.....	29
Lampiran 3 Naskah.....	29
Lampiran 4 Storyboard.....	32
Lampiran 5 Talent .....	35
Lampiran 6 Peralatan dan Properti .....	35
Lampiran 7 Daftar Kru .....	36
Lampiran 8 Timeline Kerja.....	36
Lampiran 9 Rencana Anggaran .....	36
Lampiran 10 Laporan Keuangan.....	36
Lampiran 11 Dokumentasi .....	37
Lampiran 12 HAKI.....	40



## ABSTRAK

Dalam iklan "Memories At Koki Joni" kami membawa unsur nostalgia yang kuat, mengingat Koki Joni sendiri sudah berdiri sejak tahun 2012 yang mana Koki Joni menjadi salah satu pionir restaurant western food pasta and turkey di Yogyakarta. Selain itu dalam hasil analisis dan riset kami rata-rata para pengunjung Koki Joni adalah para mahasiswa perantauan yang mana rata-rata dari mereka sudah kembali ke kota mereka masing-masing dan sudah berkeluarga. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan penelitian dengan data-data yang telah dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar, dan angka. Data tersebut didapat dari wawancara, kuesioner dan observasi. Pembuatan video iklan ini menggunakan beberapa landasan teori seperti montage Sergei Eisenstein, color grading Jones dalam tahap editing yang dilakukan. Hasil dari produksi iklan "Memories At Koki Joni" ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan yang dapat digunakan sebagai media pembelajaran atau referensi bagi mereka yang ingin mempelajari hal serupa. Penggunaan efek transisi dan color grading sangat berpengaruh untuk memunculkan kesan nostalgia terhadap hasil akhir pembuatan iklan audio visual "Memories At Koki Joni". Dengan perencanaan produksi yang matang akan sangat membantu pada tahap editing untuk menghasilkan suatu iklan audio visual yang menarik dan berkualitas.

Kata kunci: Video Promosi, Iklan Audio Visual, Editing

## ***ABSTRACT***

In "Memories At Koki Joni", we bring a strong element of nostalgia, considering that Koki Joni itself has been established since 2012, where Koki Joni became one of the pioneers of western food pasta and turkey restaurants in Yogyakarta. In addition, in our analysis and research, the average visitors of Koki Joni are overseas students who have returned to their respective cities and have families. This research is a descriptive research with a qualitative approach. Qualitative approach is a research approach with data that has been collected in the form of words, pictures, and numbers. The data is obtained from interviews, questionnaires and observations. The making of this advertising video uses several theoretical foundations such as Sergei Eisenstein's montage, Jones' color grading in the editing stage. The result of the production of "Memories At Koki Joni" is expected to be one of the references that can be used as a learning media or reference for those who want to learn something similar. The use of transition effects and color grading is very influential to bring out the nostalgic impression of the final result of making the audio visual advertisement "Memories At Koki Joni". With careful production planning, it will be very helpful at the editing stage to produce an attractive and quality audio visual advertisement.

**Keywords:** Promotional Video, Audio Visual Advertising, Editing