

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PENERAPAN TEKNIK 5C PADA PEMBUATAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT DI PDIN YOGYAKARTA



Disusun oleh:

Muhammad Meinash Marzainur

20.96.1781

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2023/2024

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PENERAPAN TEKNIK 5C PADA PEMBUATAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT DI PDIN YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Meinash Marzainur
20.96.1781

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 29 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom
NIK. 190302361

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PENERAPAN TEKNIK 5C PADA PEMBUATAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT DI PDIN YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Meinash Marzainur
20.96.1781

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 26 Juni 2024

Nama Penguji

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A
NIK. 190302476

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom
NIK. 190302361

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
26 Juni 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 September 2024



Mash.

Muhammad Meinash Marzainur

NIM. 20.96.1781

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. Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing
5. Dinas Perindustrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang selalu membantu penulis dalam melancarkan pembuatan skripsi
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis, Ahmad Jony Marzainur, S.H. (Ayah) dan Dewi Aminah (Mama) kemudian kakak dan adik penulis Muhammad Azaly Marzainur, Amanah Indah Marzainur, dan Muhammad Erdogan Marzainur yang mana selalu memberikan dukungan dan doanya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman - teman Nika yang selalu menemani penulis dari awal kuliah hingga penulis bisa sampai ke tahap sekarang dengan berbagai suka dan dukanya.

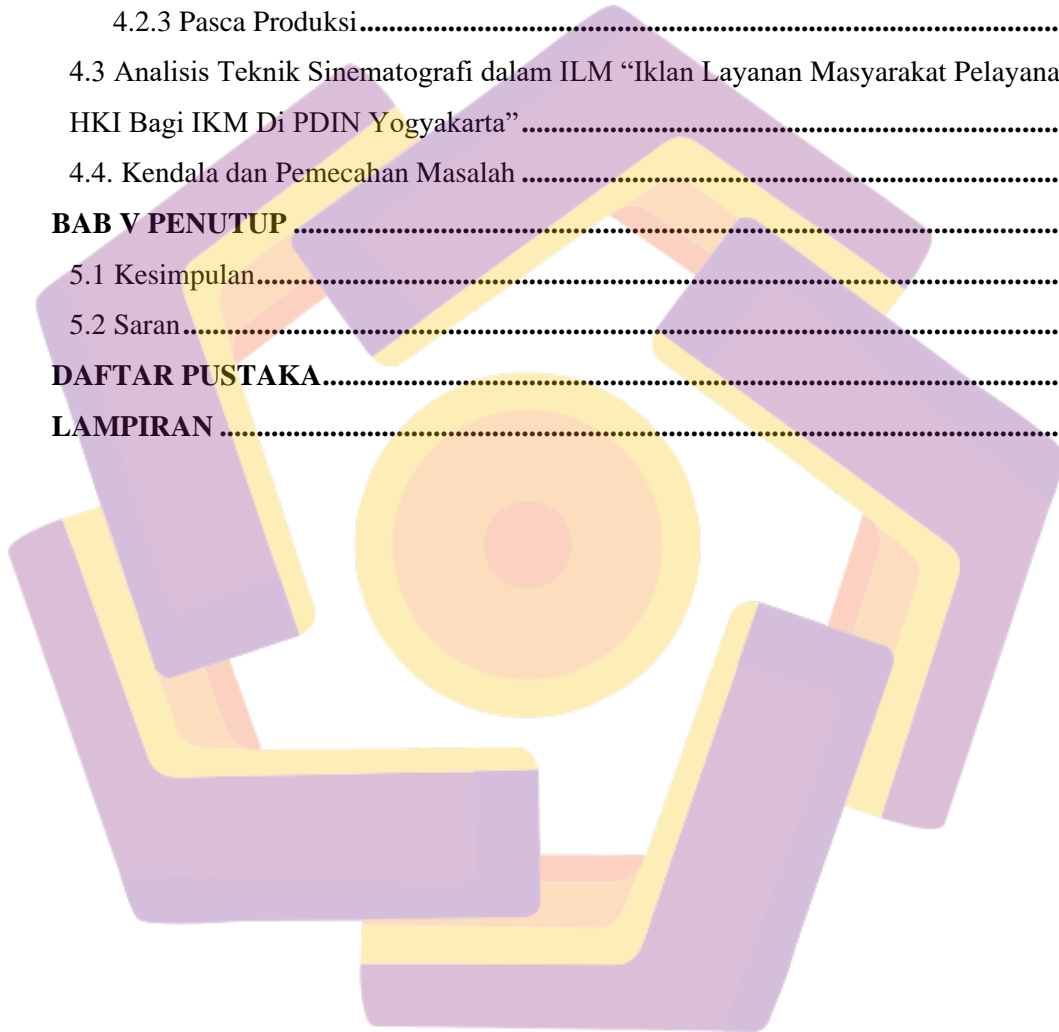
Yogyakarta, 29 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

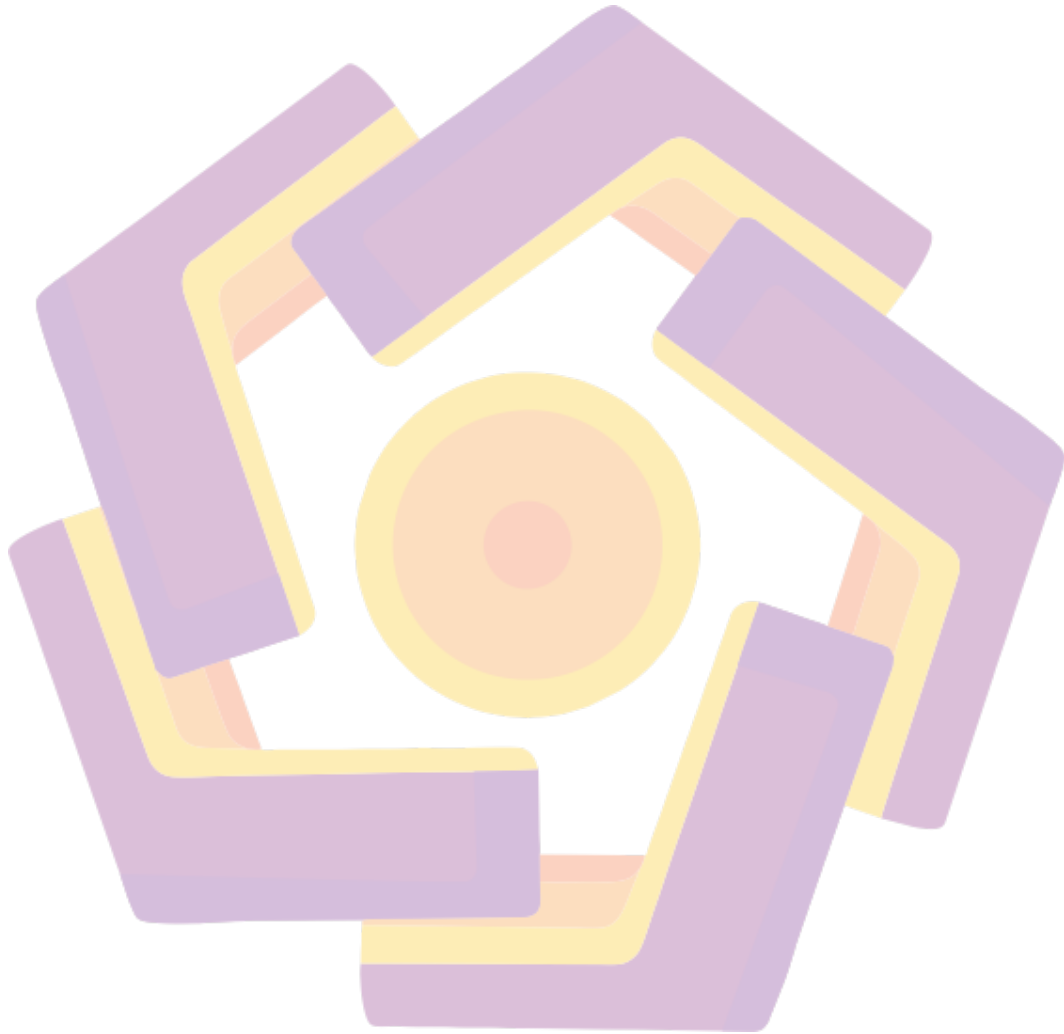
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK (Bahasa Indonesia)	xi
ABSTRACT (In English)	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Referensi Karya	6
2.1.1 Iklan Layanan Masyarakat – Hak Cipta Kekayaan Intelektual	6
2.1.2 Iklan Layanan Masyarakat – Taubat	7
2.1.3 Hak Cipta.....	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Iklan Layanan Masyarakat.....	10
2.2.2 <i>Director of Photography</i> (DOP).....	10
2.2.3 Sinematografi	11
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA	20
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	20
3.1.1 Judul Konten dan Kategori Konten Kreator (audio visual)	20
3.1.2 Format Konten.....	21
3.1.3 Format Media	21
3.1.4 Volume Konten	21
3.1.5 Target Audiens	22
3.1.6 Periode Publikasi Konten	23

3.2 Gambaran Pesan Karya	24
BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI. 25	
4.1. Deskripsi Karya.....	25
4.2. Uraian Proses Produksi.....	26
4.2.1 Pra Produksi.....	26
4.2.2 Produksi.....	26
4.2.3 Pasca Produksi.....	27
4.3 Analisis Teknik Sinematografi dalam ILM “Iklan Layanan Masyarakat Pelayanan HKI Bagi IKM Di PDIN Yogyakarta”	27
4.4. Kendala dan Pemecahan Masalah	36
BAB V PENUTUP	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN	43



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Produksi	26
--------------------------	----

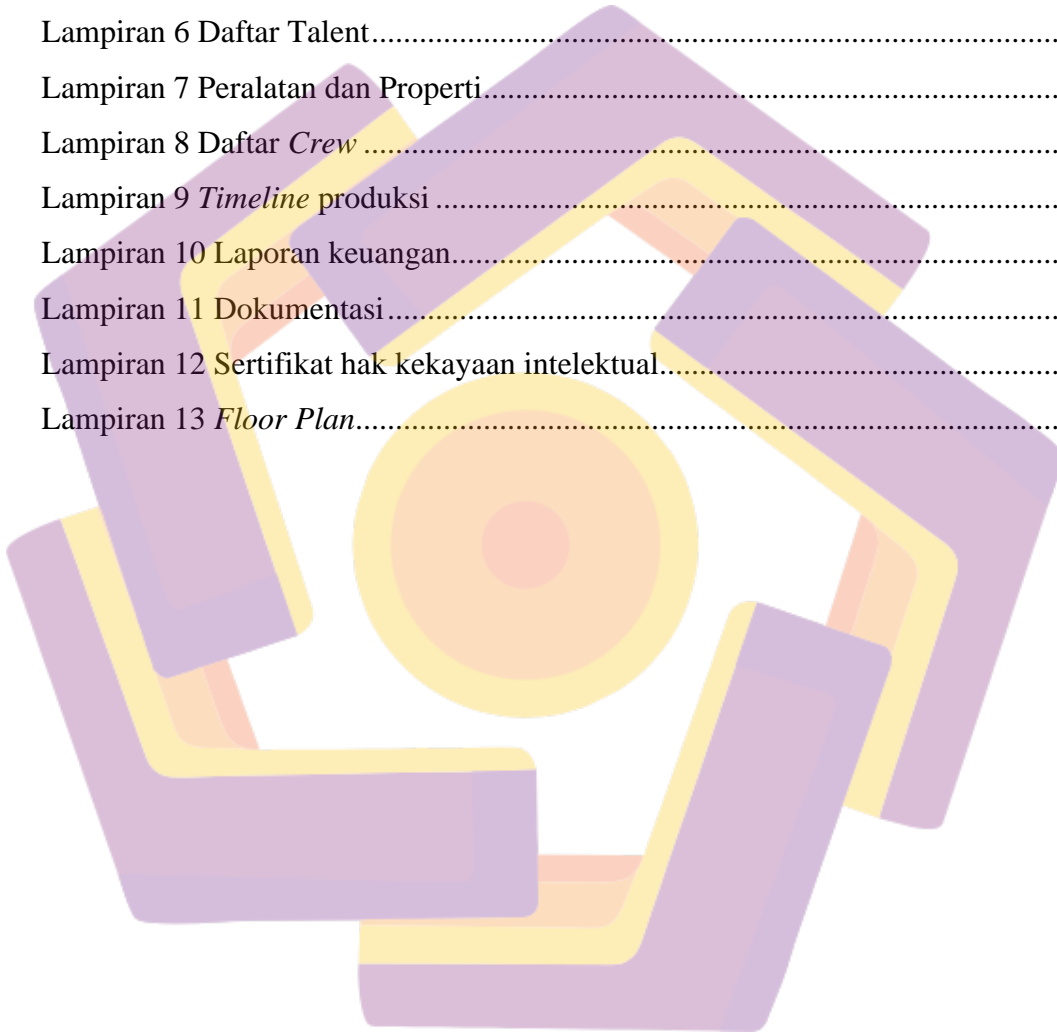


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sri Sultan Hamengku Buwono X Mengajak Masyarakat untuk Mendaftarkan HKI Produk Mereka	6
Gambar 2.2 Adegan Melihat Hp dan Membalas Pesan	7
Gambar 2.3 Narator Menjelaskan UU Terkait HKI yang Disertai dengan Teks dan Gambar.....	9
Gambar 4.1 <i>Sample Rule of Third</i>	28
Gambar 4.2 <i>Sample Leading lines</i>	28
Gambar 4.3 <i>Sample Eye Level</i>	29
Gambar 4.4 <i>Sample Low angle</i>	29
Gambar 4.5 <i>Sample High angle</i>	30
Gambar 4.6 <i>Sample Medium Long Shot</i>	30
Gambar 4.7 <i>Sample Medium Shot</i>	31
Gambar 4.8 <i>Sample Medium Close Up</i>	31
Gambar 4.9 <i>Sample Over Shoulder Shot</i>	32
Gambar 4.10 <i>Sample Close up</i>	32
Gambar 4.11 <i>Sample continuity</i>	33
Gambar 4.12 <i>Sample cutting</i>	33
Gambar 4.13 <i>Sample Still</i>	34
Gambar 4.14 <i>Sample Follow</i>	34
Gambar 4. 15 <i>Sample tilt down</i>	35
Gambar 4. 16 <i>Sample Orbit</i>	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan karya	44
Lampiran 2 Premis, Logline, Sinopsis	45
Lampiran 3 Naskah	46
Lampiran 4 <i>Shotlist</i>	51
Lampiran 5 <i>Storyboard</i>	52
Lampiran 6 Daftar Talent.....	55
Lampiran 7 Peralatan dan Properti.....	56
Lampiran 8 Daftar <i>Crew</i>	57
Lampiran 9 <i>Timeline</i> produksi	58
Lampiran 10 Laporan keuangan.....	58
Lampiran 11 Dokumentasi.....	59
Lampiran 12 Sertifikat hak kekayaan intelektual.....	62
Lampiran 13 <i>Floor Plan</i>	64



ABSTRAK

Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu cara dalam memberikan pesan yang memiliki nilai sosial kepada masyarakat. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan haruslah jelas dan dapat dimengerti sehingga terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat. Adapun yang perlu diperhatikan salah satunya yaitu penggunaan teknik sinematografi ketika dilakukannya produksi iklan layanan masyarakat. Bagi seorang *Director of Photography* teknik sinematografi merupakan hal yang penting untuk dipahami karena pesan yang akan disampaikan kepada *audience* akan memiliki arti yang berbeda-beda tergantung dari bagaimana pengambilan video tersebut dilakukan. Kajian akan dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Adapun beberapa aspek dasar dari teknik sinematografi 5C diantaranya adalah *Camera angle*, *Type of shot*, *Cutting*, *Continuity*, *Camera movement* dan *Composition*. Hasil dari penelitian ini ialah video iklan layanan masyarakat Pelayanan HKI bagi IKM di PDIN Yogyakarta dengan menerapkan teknik sinematografi ke dalam proses pembuatannya. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini ialah pentingnya untuk memahami teknik sinematografi dalam pengambilan gambar agar pesan yang dibuat dapat tersampaikan dengan baik kepada *audience*.

Kata kunci : Iklan, Sinematografi, *Director of Photography*

ABSTRACT

Public service advertisements are one way to convey messages that have social value to the community. Therefore, the message conveyed must be clear and understandable so there are several factors that must be considered in making public service advertisements. One of the things that needs to be considered is the use of cinematography techniques when producing public service advertisements. For a Director of Photography, cinematography techniques are important to understand because the message that will be conveyed to the audience will have different meanings depending on how the video is taken. The study will be conducted qualitatively with a semiotic analysis approach. Some basic aspects of the 5C cinematography technique include Camera angle, Type of shot, Cutting, Continuity, Camera movement, and Composition. The results of this study are public service advertisement videos for IKM HKI Services at PDIN Yogyakarta by applying cinematography techniques to the production process. The conclusion obtained from this study is the importance of understanding cinematography techniques in taking pictures to convey the message properly to the audience.

Keywords : Advertisement, Cinematography, Director of Photograph

