

SKRIPSI

**PERAN SUTRADARA DALAM PENERAPAN DIGITAL
STORYTELLING PADA VIDEO KOMERSIAL UMKM
VOURLABZ**

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



Oleh :

Abia Asa Riosfranco 19.96.1120

Dosen Pembimbing:

Andreas Tri Pamungkas, S.Sos.,M.A

NIK. 190302522

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

2024

SKRIPSI

**PERAN SUTRADARA DALAM PENERAPAN DIGITAL
STORYTELLING PADA VIDEO KOMERSIAL UMKM
VOURLABZ**

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



Oleh :

Abia Asa Riosfranco 19.96.1120

Dosen Pembimbing:

Andreas Tri Pamungkas, S.Sos.,M.A

NIK. 190302522

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

2024

PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PERAN SUTRADARA DALAM PENERAPAN DIGITAL *STORYTELLING* PADA VIDEO KOMERSIAL UMKM VOURLABZ

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Abia Asa Riosfranco

19.96.1120

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
pada tanggal 22 Januari 2024

Dosen Pembimbing



Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A

NIK. 190302522

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PERAN SUTRADARA DALAM PENERAPAN DIGITAL *STORYTELLING* PADA VIDEO KOMERSIAL UMKM VOURLABZ

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Abia Asa Riosfranco

19.96.1120

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Januari 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302521

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302445

Andreas Tri Pamungkas, M.A

NIK. 190302522

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 21 Juni 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK. 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Abia Asa Riosfranco
NIM : 19.96.1120
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, 15 Januari 2024



Abia Asa Riosfranco

NIM 19.96.1120

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. Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu tulus dan sabar dalam membimbing penulis.
5. XYZ Coffee And Collabs selaku tempat yang digunakan untuk produksi.
6. Ana Sumarti Pratama selaku *Owner* Vourlabz yang telah memfasilitasi penulis dalam pengerjaan skripsi karya ini
7. Lintang Kassaya dan Monica Wara yang telah membantu penulis untuk menjadi *talent*.
8. Orang tua penulis yang dengan sabar menunggu penulis menyelesaikan proses pengerjaan skripsi.
9. Rinto Laonde dan Nabila Cahya Hutami selaku tim produksi video iklan.
10. Tatag Satya Wardhana S.I.Kom., yang selalu membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan proses produksi.
11. Terima kasih untuk diri sendiri karena sudah berjuang sampai sejauh ini.

Yogyakarta, 15 Januari 2024


Abia Asa Riosfranco

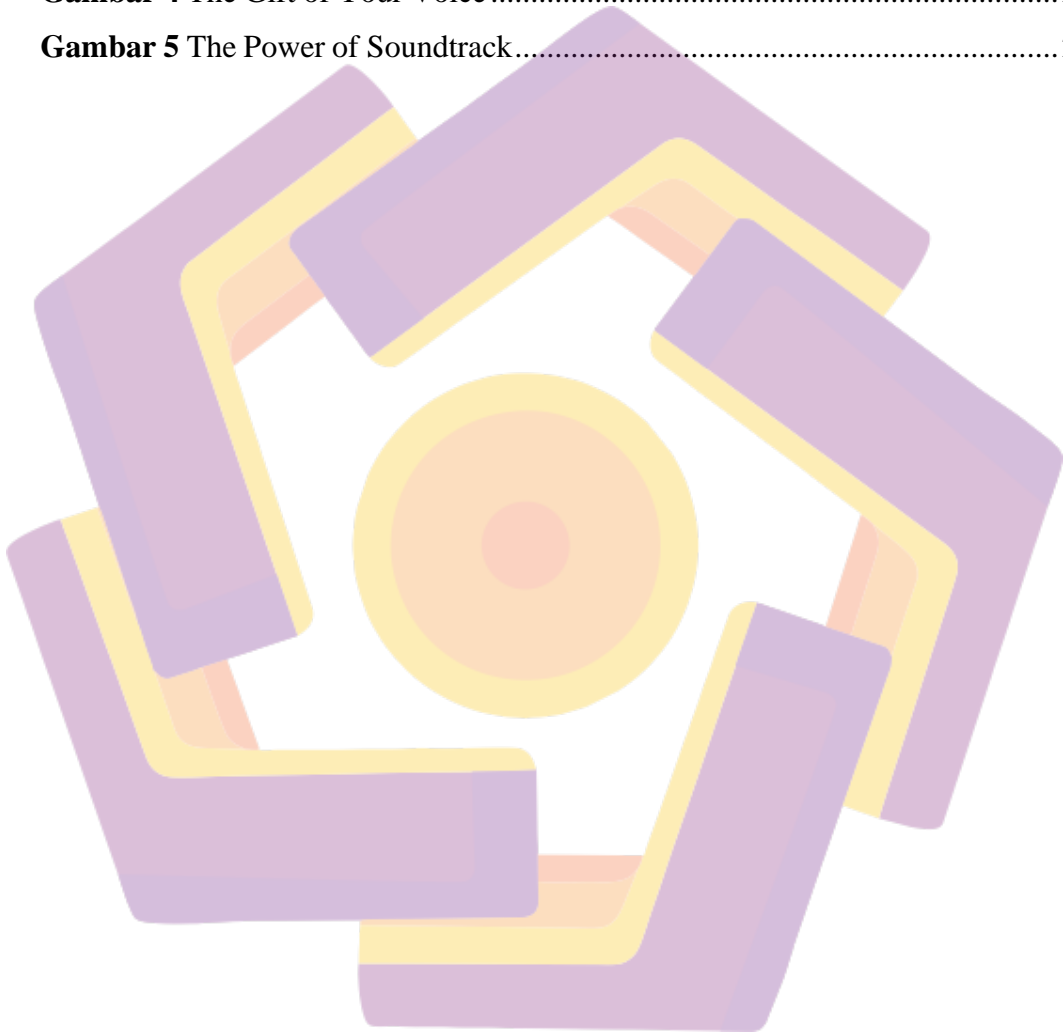
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I 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 Akademik.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Referensi Karya.....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1 Video Komersial.....	8
2.2.2 Sutradara.....	9
2.2.3 Digital Storytelling.....	12
BAB III KONSEP PENCIPTAAN.....	16
3.1. Gambaran Rancangan Karya.....	16
3.1.1 Judul Konten & Kategori.....	16
3.1.2 Format Konten.....	16
3.1.3 Format Media.....	16
3.1.4 Volume Konten.....	17

3.1.5 Target Audiens	17
3.1.6 Periode Publikasi Konten	18
3.2. Gambaran Isi Pesan Karya.....	19
3.3. Strategi Promosi dan Distribusi Karya	19
3.3.1 Instagram Vourlabz	20
BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM	
PRODUKSI.....	21
4.1. Deskripsi Karya	21
4.2. Uraian Proses Produksi	22
4.2.1 Deskripsi Tugas.....	22
4.2.2 Pra-Produksi.....	23
4.2.3 Produksi	24
4.2.4 Pasca Produksi.....	28
4.3. Kendala	29
BAB IV PENUTUP	31
5.1. Kesimpulan.....	31
5.2. Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN.....	35

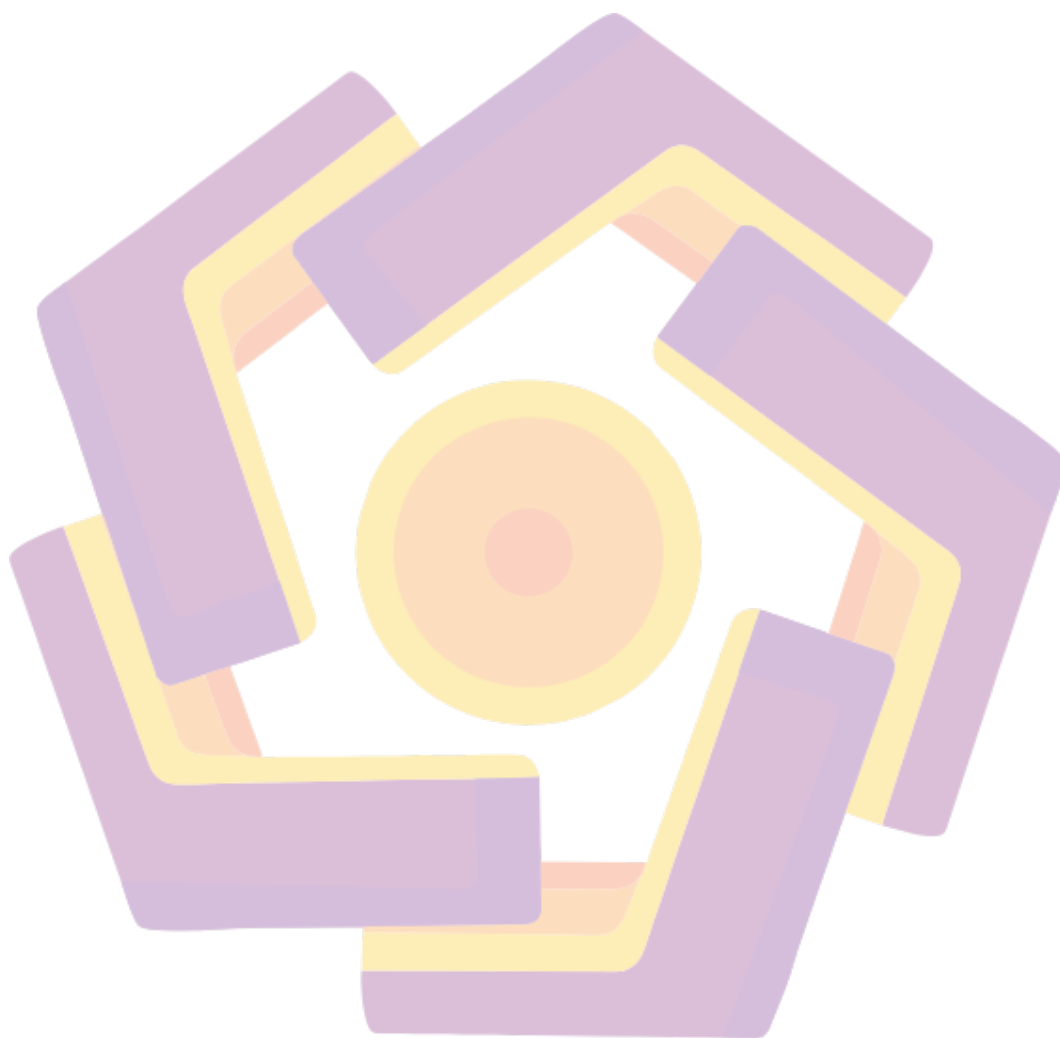
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Point of View	24
Gambar 2 Dramatic question	25
Gambar 3 Emotional Content	25
Gambar 4 The Gift of Your Voice	26
Gambar 5 The Power of Soundtrack.....	27



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Uraian Produksi.....	28
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan Karya.....	35
Lampiran 2 Premis, Logline, Sinopsis.....	35
Lampiran 3 Naskah.....	36
Lampiran 4 Storyline	46
Lampiran 5 Shotlist	48
Lampiran 6 Photoboard	49
Lampiran 7 Daftar Talent	52
Lampiran 8 Kebutuhan Alat dan Properti.....	52
Lampiran 9 Daftar Kru dan Jobdesk.....	53
Lampiran 10 Timeline Kerja	53
Lampiran 11 Rencana Anggaran	53
Lampiran 12 Laporan Keuangan	54
Lampiran 13 Dokumentasi	55
Lampiran 14 Surat Izin	56
Lampiran 15 Bukti Hak Kekayaan Intelektual	57

ABSTRAK

UMKM di Yogyakarta saat ini cukup banyak bergerak di bidang busana dan memiliki jenis yang beragam, dari busana formal hingga busana *casual* dan trendi. Busana yang banyak digemari oleh kawula muda di Yogyakarta adalah yang dapat mengikuti tren masa kini dan desain yang bagus. Selain desain yang bagus, kawula muda banyak menyukai jenis busana yang memiliki ciri khas tertentu. Salah satu UMKM yang berasal dari Yogyakarta adalah Vourlabz yang bergerak di bidang pakaian dan busana dengan ciri khas hanya ada satu desain setiap produknya. Alasan tersebut menjadikan mahasiswa mengangkat UMKM ini untuk membuat video iklan dengan tema ciri khas dari *Brand Vourlabz*. Dalam proses pembuatan video iklan ini, sutradara berperan penting mengatur setiap jalannya produksi sehingga pengolahan cerita dapat dirangkai menjadi satu agar pesan dapat tersampaikan dengan maksimal. Video iklan ini menggunakan teknik *digital storytelling* dalam proses penyampaian pesannya agar lebih efisien, menarik dan tepat sasaran.

Kata Kunci : UMKM busana, Vourlabz, video iklan, sutradara, *digital storytelling*.



ABSTRACT

Currently, quite a lot of MSMEs in Yogyakarta are engaged in the clothing sector and have various types, from formal clothing to casual and trendy clothing. Clothing that is popular with young people in Yogyakarta is one that follows current trends and has good designs. Apart from good designs, many young people like types of clothing that have certain characteristics. One of the MSMEs originating from Yogyakarta is Vourlabz which operates in the clothing and fashion sector with the characteristic of only having one design for each product. This reason made the students raise this MSME to make an advertising video with the characteristic theme of the Vourlabz Brand. In the process of making this advertising video, the director plays an important role in managing each production process so that the processing of the story can be combined into one so that the message can be conveyed optimally. This advertising video uses digital storytelling techniques in the process of conveying its message to make it more efficient, interesting and on target.

Keyword : *MSME fashion, Vourlabz, advertisement video, director, digital storytelling*

