

SKRIPSI
SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR
PENERAPAN *MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE* (MDLC)
PADA IKLAN BYLU SCALP SPA JOGJA

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



Disusun oleh:

Sandi Nurdiana

NIM 21.96.2557

Dosen Pembimbing:

Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si.

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025

**PENERAPAN *MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE* (MDLC)
PADA IKLAN BYLU SCALP SPA JOGJA**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Sandi Nurdiana
NIM 21.96.2557

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR
PENERAPAN *MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE* (MDLC)
PADA IKLAN BYLU SCALP SPA JOGJA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sandi Nurdiana
NIM 21.96.2557

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada *Senin, 10 Maret 2025*

Dosen Pembimbing,



Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si.
NIK. 190302478

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR**

**PENERAPAN *MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE* (MDLC)
PADA IKLAN BYLU SCALP SPA JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sandi Nurdiana
NIM 21.96.2557**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada *Kamis, 27 Februari 2025*

Nama Penguji

Tanda Tangan

**Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364**

**Bela Fataya Azmi, S.Kom.I., M.A.
NIK. 190302659**

**Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si.
NIK. 190302478**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada *Kamis, 27 Februari 2025*

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, 4 Februari 2025



Sandi Nurdiana
NIM. 21.96.2557

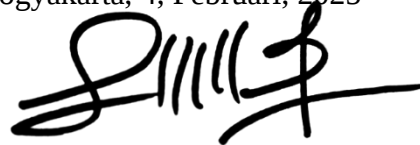
KATA PENGANTAR

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.Kom. (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si. (Dosen Pembimbing)
5. Jawa Pos Radar Jogja. (Pihak instansi/objek penelitian)
6. Kedua Orang Tua yang penulis hormati dan penulis cintai Bapak Lili Hadili dan Ibu Giah Amaliah
7. Kepada orang spesial di hidup Penulis Intan Mushthava, terima kasih atas cinta dan semangatnya. Terima kasih berkatnya penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini
8. Pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Yogyakarta, 4, Februari, 2025



Sandi Nurdiana
NIM. 21.96.2557

DAFTAR ISI

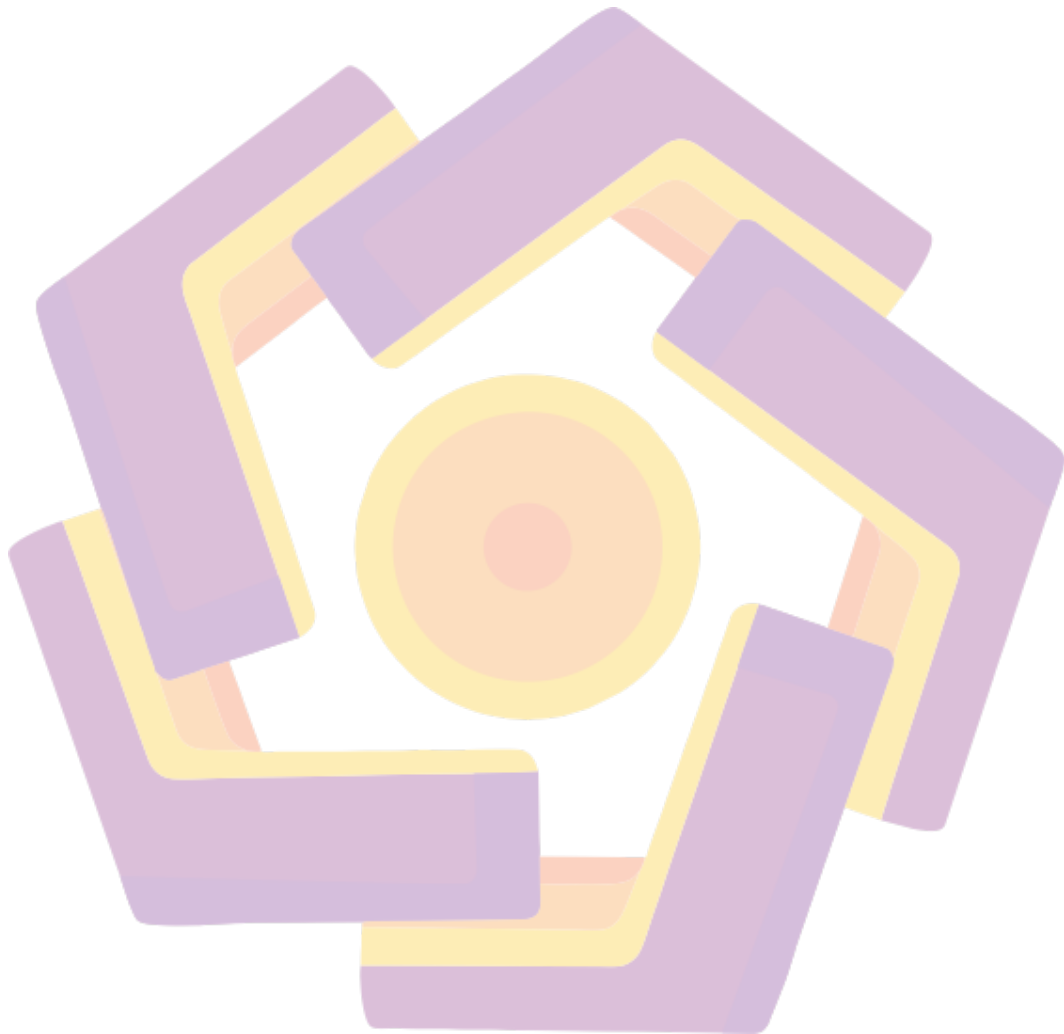
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya	7
1.2.1 Manfaat Teoritis	7
1.2.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Referensi Karya Sebelumnya.....	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Iklan.....	11
2.2.2 Video Editor.....	12
2.2.3 MDLC (Multimedia Development Life Cycle)	13
BAB III.....	15
METODE PEMBUATAN KARYA	15
3.1 Riset Dalam Pra Produksi	15
3.2 Deskripsi Karya.....	16
3.2.1 Format Media (Audio Visual).....	16
3.2.2 Durasi karya	17
3.2.3 Isi pesan karya.....	17

3.2.4 Target Audiens	18
BAB IV	20
PEMBAHASAN HASIL KARYA	20
4.1 Peran Dalam Produksi.....	20
4.2 Uraian Proses Produksi	20
4.3 Hasil Uraian Proses Produksi.....	32
BAB V.....	33
PENUTUP.....	33
5.1 Kesimpulan.....	33
5.2 Saran	34
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN.....	37



DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Material Collecting (Pengumpulan Materi)	23
--	----

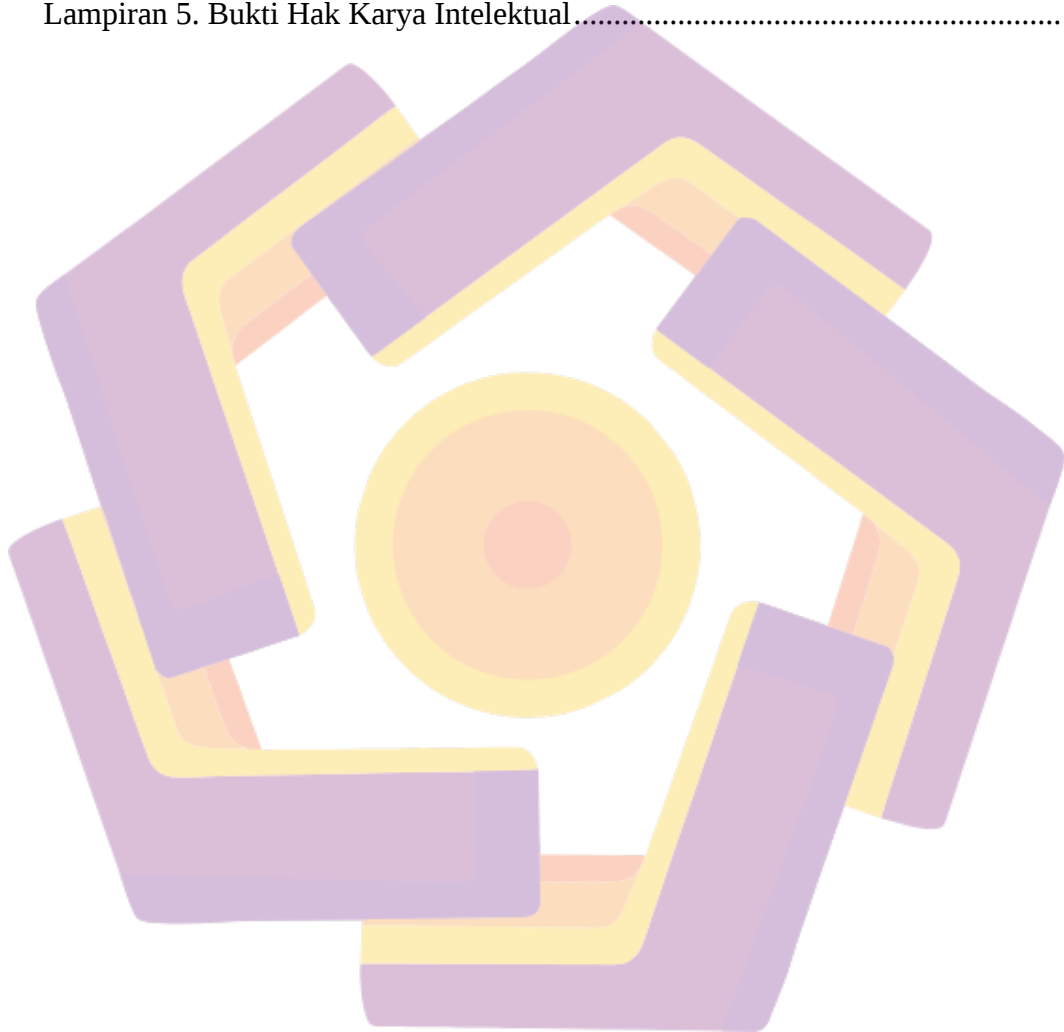


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tjan Spa.....	2
Gambar 1.2 Jogja Traditional Treatment	3
Gambar 1.3 Laseca Salon and Spa	3
Gambar 2.1 Iklan Salon Spa Massage - De WAVE Official	8
Gambar 2.2 Pecah Telur – Cerita Usaha Dari Special Feed Skin Facial Wash	9
Gambar 2.3 Teknik L Cut Dan J Cut	9
Gambar 2.4 Lux-Inspira Music – Aesthetic · Lux-Inspira.....	10
Gambar 2.5 Premiere Gal– View Master Slideshow Transition Effect Adobe Premiere Pro.....	11
Gambar 2. 6 Multimedia Development Life Cycle.....	13
Gambar 4.1 Flowchart Design Konten Youtube.....	22
Gambar 4.2 Pemindahan Bahan Video	25
Gambar 4.3 Proses Editing Video	26
Gambar 4.4 Thumbnail Video.....	27
Gambar 4.5 Proses Upload Video	27
Gambar 4.6 Penambahan Judul Video	28
Gambar 4.7 Penambahan Deskripsi Video	29
Gambar 4.8 Upload Thumbnail	29
Gambar 4.9 Penambahan Tags Video	30
Gambar 4.10 Tahap testing (pengujian) atau tahap preview.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya	37
Lampiran 2. Kebutuhan Peralatan dan Teknologi Terapan	38
Lampiran 3. Timeline Kerja.....	39
Lampiran 4. Dokumentasi foto kegiatan.....	40
Lampiran 5. Bukti Hak Karya Intelektual.....	41



ABSTRACT

This work aims to design and implement an advertisement to communicate messages that will build a positive image for consumers. With a theoretical foundation covering the concepts of Audio Visual Communication, Advertising, Video Editing, and MDLC (Multimedia Development Life Cycle) in the Bylu Scalp Spa Jogja advertisement on Youtube Radar Jogja. Through a creative and collaborative approach applied in this research, where the advertisement design process was carried out in partnership with Bylu Scalp Spa Jogja. This study not only refers to literature and visual references but also involves direct discussions with Bylu to understand their promotional needs. This design method (MDLC) has 6 stages, namely concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution, as well as the application of editing techniques such as L-Cut and J-Cut to maintain the rhythm and visual continuity. Copyright registration as an advertising protection measure to maintain the integrity of the work from plagiarism. This work is expected to be beneficial for Bylu Scalp Spa Jogja in building the brand and attracting consumer interest in the advertised products and services. This advertisement is expected not only to serve as a promotional tool but also as an advertisement that can adapt to various types of upcoming promotional content, making Bylu Scalp Spa Jogja a superior and high-quality product in Yogyakarta.

Keywords: Audio Visual Communication, MDLC, Advertising

ABSTRAK

Karya ini bertujuan untuk perancangan dan pengimplementasian sebuah Iklan untuk mengkomunikasikan pesan-pesan yang akan membangun citra positif bagi konsumen. Dengan landasan teori mencakup konsep Komunikasi Audio Visual, Iklan, Video Editor, dan MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) pada iklan Bylu Scalp Spa Jogja di Youtube Radar Jogja. Melalui pendekatan kreatif dan kolaboratif diterapkan dalam penelitian ini, di mana proses perancangan iklan dilakukan dengan menggandeng Bylu Scalp Spa Jogja sebagai mitra. Studi ini tidak hanya mengacu pada literatur dan referensi visual, tetapi juga melibatkan diskusi langsung dengan pihak Bylu untuk memahami kebutuhan promosi mereka. Metode rancangan ini (MDLC) memiliki 6 tahapan, yaitu *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing* dan *distribution*, serta penerapan teknik editing seperti L-Cut dan J-Cut untuk menjaga ritme dan kesinambungan (*continuitas*) visual. Pendaftaran hak cipta sebagai tindakan perlindungan iklan dalam mempertahankan integritas karya dari plagiarisme. Hasil karya ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Bylu Scalp Spa Jogja dalam membangun brand dan menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa yang di iklankan. Iklan ini diharapkan tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga sebagai iklan yang dapat beradaptasi dalam berbagai jenis konten promosi yang akan mendatang, serta Bylu Scalp Spa Jogja menjadi produk yang unggul dan berkualitas di Yogyakarta.

Kata Kunci : Komunikasi Audio Visual, MDLC, Iklan