

SKRIPSI
SKEMA ARTIST *CONTENT CREATOR*
TEKNIK *ANGLE* KAMERA DALAM IKLAN LE TRAVAIL COFFEE

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Mochamad Ryan Ade Wardani

18.96.1002

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

SKRIPSI
SKEMA ARTIST *CONTENT CREATOR*
TEKNIK *ANGLE* KAMERA DALAM IKLAN LE TRAVAIL COFFEE

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

Universitas Amikom Yogyakarta



Disusun Oleh :

Mochamad Ryan Ade Wardani

18.96.1002

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

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

TEKNIK *ANGLE* KAMERA DALAM VIDEO IKLAN LETRAVAIL

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Mochamad Ryan Ade Wardani

18.96.1002

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 12 Maret 2025

Dosen Pembimbing,


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

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
TEKNIK *ANGLE* KAMERA DALAM VIDEO IKLAN LETRAVAIL

yang disusun dan diajukan oleh

Mochamad Ryan Ade Wardani

18.96.1002

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 12 Maret 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435

Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom
NIK. 190302339

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
24 November 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Mochamad Ryan Ade Wardani
NIM : 18.96.1002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas : 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, 26 Agustus 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Mochamad Ryan Ade Wardani
NIM 18.96.1002

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). Dengan judul “Penerapan Teknik Close-Up dalam Iklan Letravail ”

Selain itu, tersusunnya skripsi ini sebagai bukti bahwa penulis sudah selesai melakukan proses produksi. Dalam prosesnya, penulis mengalami berbagai kendala serta hambatan. Namun, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, diantaranya yaitu:

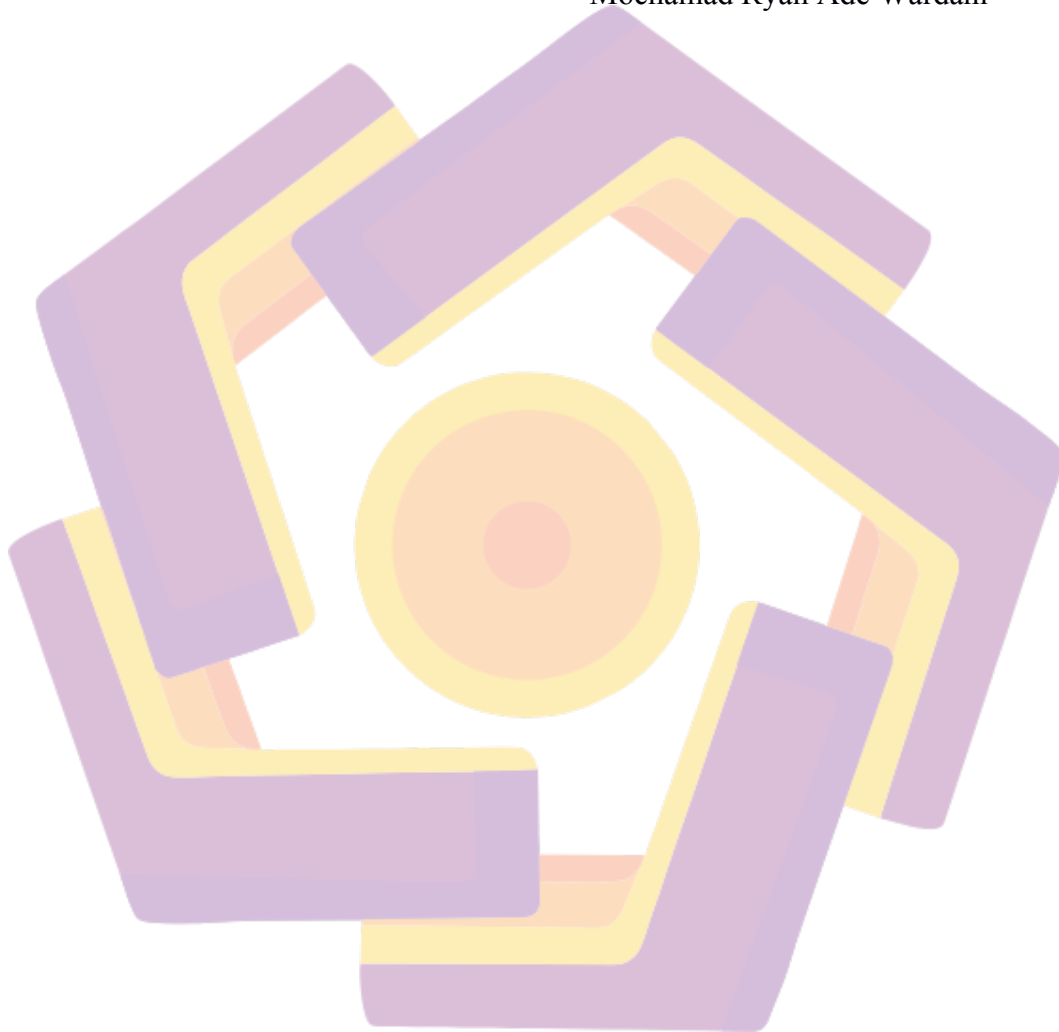
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Erik Hadi Saputra, S. Kom. M.Eng selaku kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar, dan memberikan saran yang membangun dalam bimbingan penulis
5. Letravail selaku mitra yang telah mengorganisir dan memfasilitasi segala kebutuhan penulis dan menjadi objek penelitian
6. Kedua Orang Tua yang dengan sabar telah memberikan motivasi dan memberikan tuntunan dalam penelitian selama ini.
7. Rizal Naufal dan Eko Suharyanto. Selaku teman baik dan partner penelitian yang telah melakukan Produksi iklan terhadap Letravail selama ini

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

Penulis



Mochamad Ryan Ade Wardani



DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Referensi Karya.....	10
2.2 Landasan Teori.....	13
BAB III RENCANA PERANCANGAN.....	21
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	21
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya.....	23
BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI.....	24
4.1 Deskripsi Karya.....	24
4.2 Uraian Proses Produksi.....	25
4.3 Kendala dan Pemecahan Masalah.....	31
BAB V PENUTUP.....	32
5.1 Kesimpulan.....	32
5.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....	34
LAMPIRAN.....	36

ABSTRAK

Iklan menjadi sebuah hal yang berpengaruh dalam keberhasilan marketing dari suatu usaha atau produk yang ditawarkan, bentuk iklan juga menentukan akan seperti apa reaksi balik dari para masyarakat. Mulai dari iklan media cetak seperti brosur, spanduk hingga iklan elektronik yang sering ditemui saat ini berupa video. Iklan dengan konsep video atau Audio-visual menjadi pilihan iklan yang hampir semua menggunakannya karena dilihat dari besarnya persentase jam aktif masyarakat dalam internet.

Dalam pembuatan iklan Audio-visual memerlukan peran penting dari beberapa orang di dalam kru Produksi yang berpengalaman dan ahli di bidang masing-masing demi kelancaran Produksi. Salah satunya peran *Director of Photography* yang bertanggung jawab dalam pra Produksi dan Produksi. *DOP* memiliki tugas untuk menghasilkan gambar yang diinginkan oleh penulis dan sutradara agar sesuai dengan apa yang akan disampaikan.

Penulis membuat Iklan Audio-visual ini bertujuan untuk dijadikan sebagai pengganti skripsi konvensional dan melakukan tugas akhir sebagai gantinya yang dikerjakan secara berkelompok yang masing-masing berperan penting dalam pembuatan iklan mulai dari pra-produksi hingga pasca Produksi.

Kata Kunci: Pra Produksi, *Director of Photography*, Audio-visual

ABSTRACT

Advertising becomes an influential thing in the marketing success of a business or product offered, the form of advertising also determines what the reaction will be like from the public. Starting from print media advertisements such as brochures, banners to electronic advertisements that are often encountered today in the form of videos. Advertisements with the concept of video or Audio-visual are the advertisement choices that almost all use because it is seen from the large percentage of people's active hours on the internet. Making Audio-visual advertisements requires the important role of several people in the production crew who are experienced and experts in their respective fields for the smooth running of the production. One of them is the role Director of Photography who is responsible for pre-production and production. DOP has the task of producing the desired image by the writer and director to suit what will be conveyed. The author of making this Audio-visual advertisement aims to serve as a substitute for conventional thesis and do the final assignment instead which is done in groups, each of which plays an important role in making advertisements from pre-production to post-production.

Keywords: *Pre Production, Director of Photography, Audio-visual*