

**PENERAPAN TEKNIK 5C OLEH DIRECTOR OF
PHOTOGRAPHY DALAM IKLAN KOMERSIAL
“SUPER MIGUNANI”**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh:

YAZID MUHAMMAD ZEIN

21.96.2351

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

**PENERAPAN TEKNIK 5C OLEH DIRECTOR OF
PHOTOGRAPHY DALAM IKLAN KOMERSIAL
“SUPER MIGUNANI”**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Meraih Gelar
Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh:
YAZID MUHAMMAD ZEIN
21.96.2351**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 20025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

PENERAPAN TEKNIK 5C OLEH *DIRECTOR OF* *PHOTOGRAPHY* DALAM IKLAN KOMERSIAL

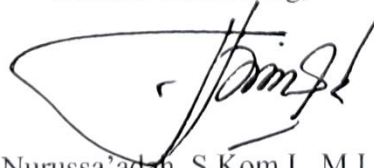
“SUPER MIGUNANI”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yazid Muhammad Zein
21.96.2351

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada (3 JULI 2025)

Dosen Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

PENERAPAN TEKNIK 5C OLEH *DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY*

DALAM IKLAN KOMERSIAL “SUPER MIGUNANI”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yazid Muhammad Zein
21.96.2351

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal (11 AGUSTUS 2025)

Nama Penguji

Wajar Bimantoro Suminto, Sn., M.Des
NIK. 190302506

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

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(11 Agustus 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.,Ph.D.
NIK 90302125

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, 09 Agustus 2025

METERAI TEMPEL
1105080000003386943
YAZID MUHAMMAD ZEIN
NIM. 21.96.2351



NIM. 21.96.2351

HALAMAN MOTTO

“ Man Jadda Wa Jadda”
(Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil)

“Selalu berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi orang lain dan sekitar, & Jangan sampai merugikan orang lain”

“In the middle of difficulty lies opportunity.”
Albert Einstein



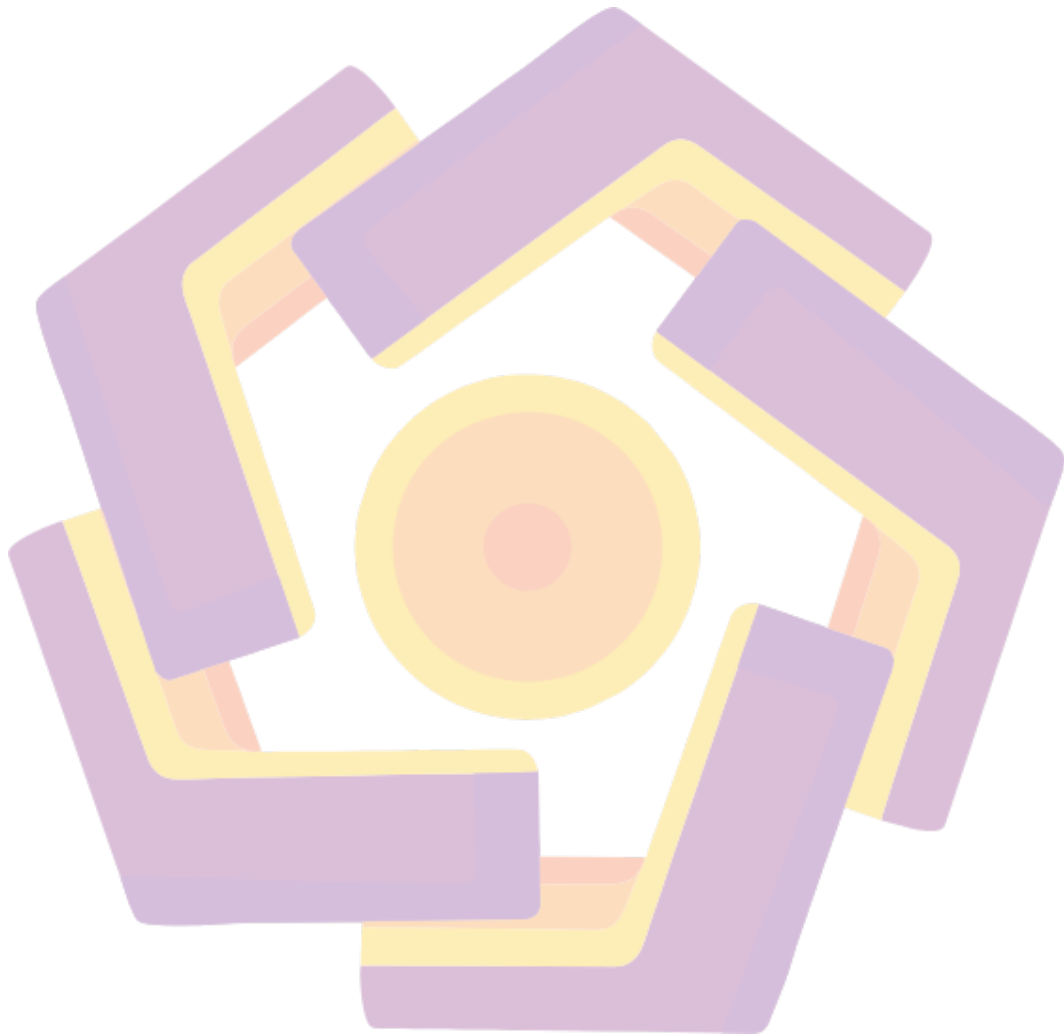
HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Kepada kita semua hingga penulis 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 penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Teristimewa kepada orang tua saya yaitu, Bapak Mukarom dan Ibu Nuning Sri Amanah. Untuk bapak saya Mukarom terimakasih karena telah mendukung dan mendo'akan penulis setiap harinya. Terimakasih telah diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan hingga S-1. Terima kasih juga kepada ibu saya tercinta yang senantiasa mendukung dan mendo'akan penulis hingga sampai ke tahap ini. Terima kasih sudah percaya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan studinya hingga mendapat gelar sarjana.
2. Teristimewa juga kepada kakak Hanna Hanifah beserta suami, dan adik penulis, Vira Zein Ramadhani yang telah mendoakan dan menjadi sumber semangat penulis.
3. Kepada dosen pembimbing penulis, Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom. yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa studi, sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik serta sesuai dengan ketentuan Universitas.
4. Kepada Andhika Wildan Pratama Nur Said selaku teman dan sekaligus tim dalam pembuatan karya ini.
5. Terimakasih kepada diri penulis sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena sudah berjuang menjadi lebih baik setiap harinya, serta senantiasa menikmati prosesnya, walaupun bisa

dibilang tidak mudah. Terimakasih karena sudah berjuang dan tidak memutuskan menyerah sesulit apapun penulisan skripsi ini.

Terimakasih kepada semua pihak-pihak yang sudah memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Aaamiin.



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. BUMDes Amarta dan TPS 3R Migunani Plalangan Pandowoharjo sebagai Pihak instansi/objek penelitian.

Yogyakarta, 03 Juli 2023



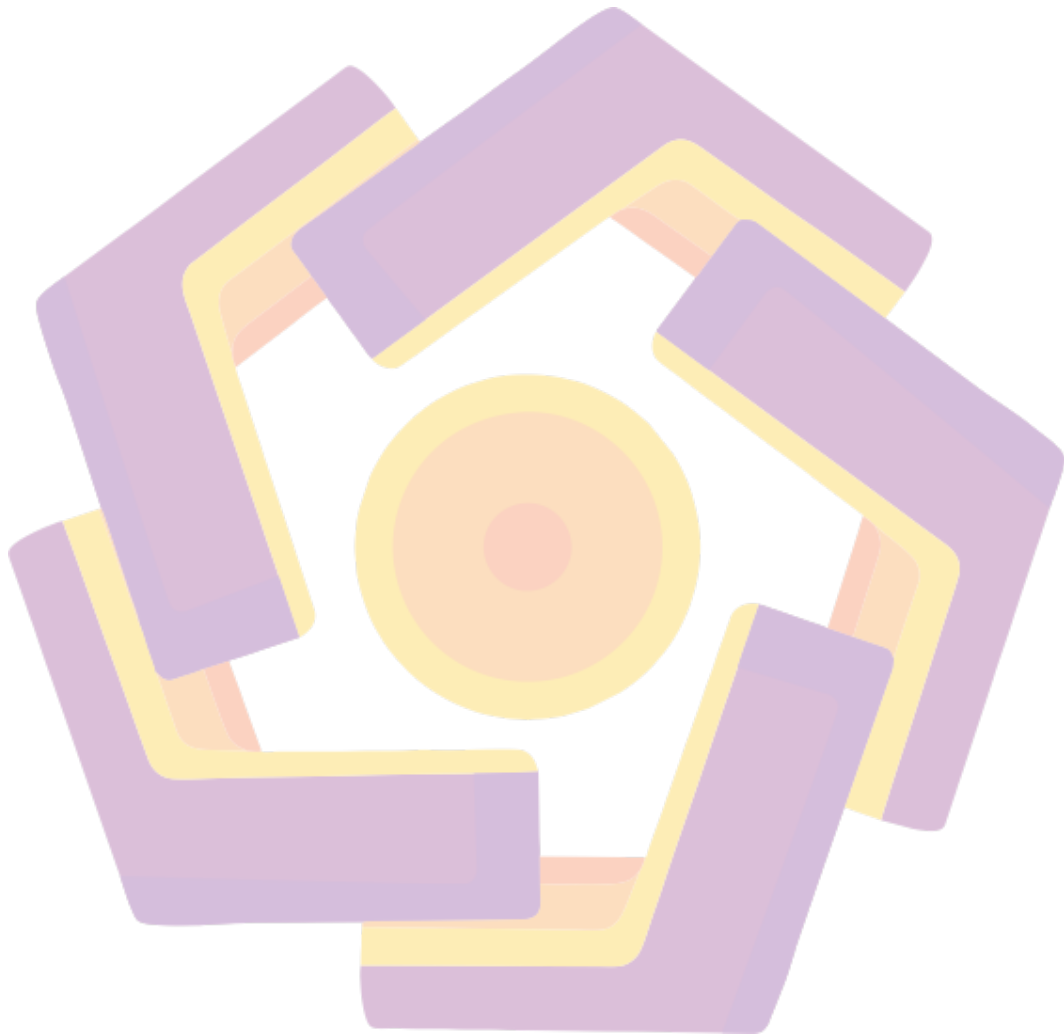
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Fokus Permasalahan	6
1.2.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat Penciptaan Karya.....	6
1.4.1 Manfaat Karya Secara Akademis	6
1.4.2 Manfaat Karya Secara Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Referensi Karya Sebelumnya	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Iklan Komersial	10

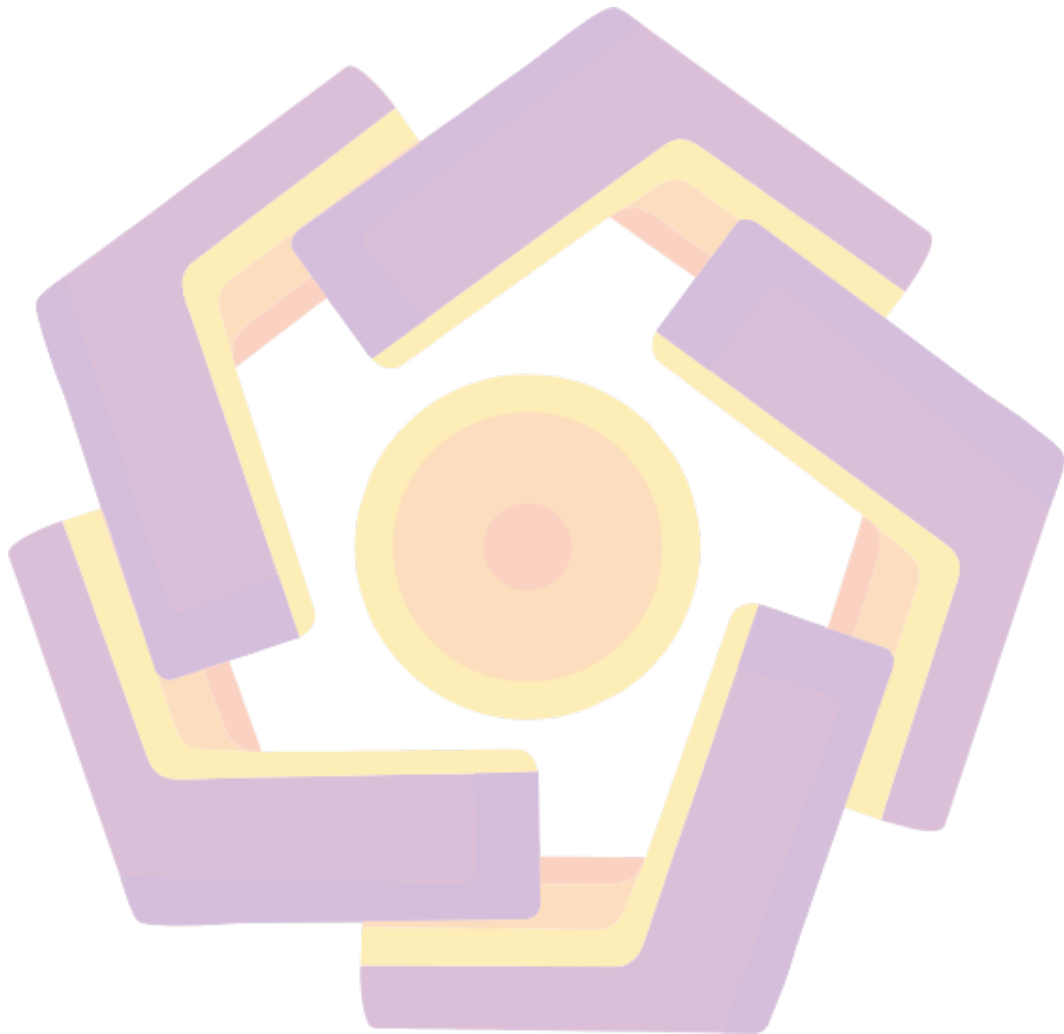
2.2.2 Director of Photography	10
2.2.3 Teknik 5C	10
2.2.3.1 Composition	10
2.2.3.2 Camera Angle	12
2.2.3.3 Close Up atau Shot Size.....	14
2.2.3.4 Continuity	16
2.2.3.5 Cutting	17
BAB III.....	19
METODE PEMBUATAN KARYA	19
3.1 Riset Dalam Pra Produksi	19
3.2 Deskripsi Karya	20
3.2.1 Format Konten	20
3.2.2 Publikasi Karya	20
3.2.3 Durasi Konten	20
3.2.4 Isi Pesan Karya	21
3.2.5 Target Audiens	21
BAB IV	23
PEMBAHASAN HASIL KARYA	23
4.1 Deskripsi Karya	23
4.2 Uraian Proses Produksi	24
4.2.1 Pra Produksi	23
4.2.2 Produksi	23
4.2.3 Pasca Produksi	25
4.3 Penerapan Teknik 5C dalam Iklan Komersial “Super Migunani”.....	25
4.3.1 Composition	25
4.3.2 Camera Angle	28
4.3.3 Close Up (Type Shot)	31
4.3.4 Continuity	37
4.3.5 Cutting	38
BAB V.....	40
PENUTUP	40

5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 PRODUKSI.....	24
-------------------------	----

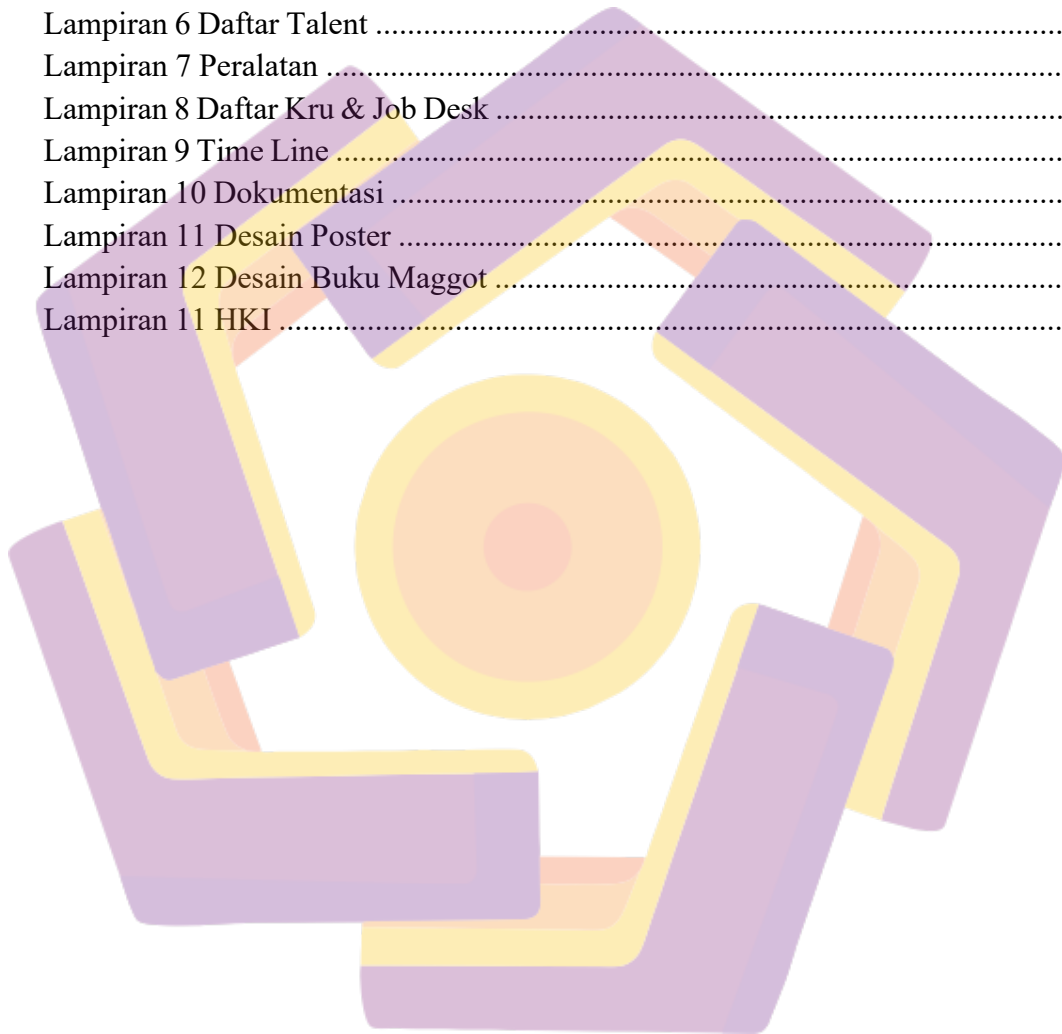


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia	2
Gambar 2.1 Iklan Komersial Pupuk Kompos	8
Gambar 2.2 Iklan Komersial Pupuk Kompos	9
Gambar 4.1 Gambar Rule of Third	25
Gambar 4.2 Gambar Depth	25
Gambar 4.3 Gambar Depth	26
Gambar 4.4 Gambar Eye Level	27
Gambar 4.5 Gambar Low Angle	28
Gambar 4.6 Gambar High Angle	29
Gambar 4.7 Gambar High Angle	29
Gambar 4.8 Gambar Medium Long Shot	30
Gambar 4.9 Gambar Medium Long Shot	31
Gambar 4.10 Gambar Medium Shot	32
Gambar 4.11 Gambar Medium Shot	32
Gambar 4.12 Gambar Medium Shot	33
Gambar 4.13 Gambar Long Shot	33
Gambar 4.14 Gambar Full Shot	34
Gambar 4.15 Gambar Full Shot	35
Gambar 4.16 Gambar Full Shot	35
Gambar 4.17 Gambar Over Shoulder Shot	36
Gambar 4.18 Gambar Continuity	36
Gambar 4.19 Gambar Cutting	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya	44
Lampiran 2. Premis, Logline, Sinopsis	45
Lampiran 3. Naskah	46
Lampiran 4. Shot List	49
Lampiran 5. Story Board	51
Lampiran 6 Daftar Talent	54
Lampiran 7 Peralatan	55
Lampiran 8 Daftar Kru & Job Desk	56
Lampiran 9 Time Line	57
Lampiran 10 Dokumentasi	58
Lampiran 11 Desain Poster	59
Lampiran 12 Desain Buku Maggot	60
Lampiran 11 HKI	62



ABSTRAK

Iklan komersial merupakan salah satu media utama dalam menyampaikan pesan promosi yang efektif dan mampu menarik perhatian masyarakat dengan pendekatan kreatif dan strategi komunikasi yang tepat iklan komersial memiliki potensi yang besar untuk menjangkau audiens secara luas dan membangun citra merek yang kuat. Oleh karena itu, peran iklan komersial sangat penting dalam strategi promosi modern guna meningkatkan kesadaran merek dan mendorong kepuasan pembeli. TPS 3R Migunani Plalangan merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dalam bidang pengelolaan sampah. Memiliki produk olahan berupa Pupuk Kompos dan Maggot Super. TPS 3R Migunani memiliki permasalahan dalam mempromosikan produk hasil olahan. Dengan ini penulis membantu mempromosikan produk olahan tersebut dengan menggunakan iklan komersial yang berjudul “Super Migunani”, dengan tema komedi. Suatu iklan harus memperhatikan Teknik Sinematografi agar menghasilkan karya yang bagus, penyampaian pesan kepada penonton dapat disajikan dengan baik melalui penerapan sinematografi agar memiliki arti nilai seni yang baik dan dapat diterima oleh penonton. Dalam sinematografi terdapat Teknik yang sering disebut Teknik 5C dalam Sinematografi, terdapat beberapa prinsip yaitu; *Composition* (komposisi) menentukan besar kecil dan kejelasan elemen dalam *frame*. *Close up / type shot*, membantu menggambarkan sebuah ekspresi dari pemain secara detail. *Camera Angle* (Sudut Kamera), menentukan posisi dan sudut pengambilan gambar yang dapat memberikan makna tertentu pada cerita atau adegan. *Continuity* (kontinuitas), memastikan kesinambungan waktu dan ruang dalam unsur sinematik, seperti mempercepat memperlambat, atau bercerita tentang masa lalu dan masa depan. *Cutting* (Pemotongan) memilih, mengatur dan menyusun *shot* yang telah diambil menjadi *scene*, kemudian menjadi *sequence*, dan akhirnya menjadi cerita yang utuh.

Kata Kunci : Iklan Komersial, TPS 3R, Teknik 5C, Sinematografi, Migunani

ABSTRACT

Commercial advertising is one of the main media in conveying effective promotional messages and is able to attract public attention with a creative approach and the right communication strategy. Commercial advertising has great potential to reach a wide audience and build a strong brand image. Therefore, the role of commercial advertising is very important in modern promotional strategies to increase brand awareness and encourage buyer satisfaction. TPS 3R Migunani Plalangan is one of the business fields engaged in waste management. Has processed products in the form of Compost Fertilizer and Super Maggots. TPS 3R Migunani has problems in promoting processed products. With this, the author helps promote the processed product by using a commercial advertisement entitled "Super Migunani", with a comedy theme. An advertisement must pay attention to Cinematography Techniques in order to produce good work, the delivery of messages to the audience can be presented well through the application of cinematography so that it has a good artistic value and can be accepted by the audience. In cinematography there is a technique that is often called the 5C Technique in Cinematography, there are several principles, namely; Composition determines the size and clarity of elements in the frame. Close up / type shot, helps describe an expression of the player in detail. Camera Angle, determines the position and angle of the shot that can give a certain meaning to the story or scene. Continuity, ensures the continuity of time and space in cinematic elements, such as speeding up, slowing down, or telling stories about the past and the future. Cutting (Cutting) selects, arranges and arranges shots that have been taken into scenes, then into sequences, and finally into a complete story.

Keywords: Commercial Advertisement, TPS 3R, 5C Technique, Cinematografi, Migunani