

**TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR DALAM MENINGKATKAN  
EFEKTIVITAS PESAN PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
“LALAI JADI PETAKA”**

**SKRIPSI SKEMA AUDIO VISUAL**



**Disusun oleh:**

Syahwa Allaeigra Putra

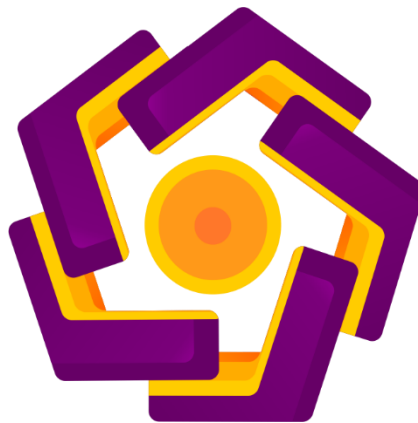
21.96.2854

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

**TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR DALAM MENINGKATKAN  
EFEKTIVITAS PESAN PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
“LALAI JADI PETAKA”**

**SKRIPSI SKEMA AUDIO VISUAL**

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



Disusun oleh:

Syahwa Allaeigra Putra

21.96.2854

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

**TAHUN 2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI SKEMA AUDIO VISUAL**

**TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR DALAM MENINGKATKAN  
EFEKTIVITAS PESAN PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
“LALAI JADI PETAKA”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Syahwa Allaeigra Putra

21.96.2854

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada 4 Agustus 2025

Dosen Pembimbing,



Wiwid Adiyanto, M.I.Kom

NIK. 190302477

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SKEMA AUDIO VISUAL

#### TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PESAN PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “LALAI JADI PETAKA”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Syahwa Allaeigra Putra  
NIM 21.96.2854

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji pada tanggal bulan tahun

Nama Penguji

Tanda Tangan

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

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302360

Wiwid Adiyanto, M.I.Kom  
NIK. 190302477

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. 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, 08 Agustus 2025



Syahwa Allacigra Putra

NIM. 21.96.2854

## 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. Rivga Agusta, S.IP., M.A (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Wiwid Adiyanto M.I.Kom (Pembimbing)
5. Kelurahan Dlingo(Pihak instansi/objek penelitian)
6. Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A (Dosen Penguji 1)
7. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom(Dosen Penguji 2)
8. Eva Farida dan Erwin Rusni (Orangtua Penulis)
9. Yopi Alviyanto dan Azka Fahreza Antoni P (Rekan Tim Tugas Akhir)
10. Intan Febry Wulandari (Kekasih Penulis)
11. Firman, Nathan, Ahmad, Akmal, Romi, Anwar, Panji, Varrel, Dedi dan teman-teman lainnya (Teman Penulis)
12. Seluruh Anggota Crew Dalam Proses Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat

\*tentatif

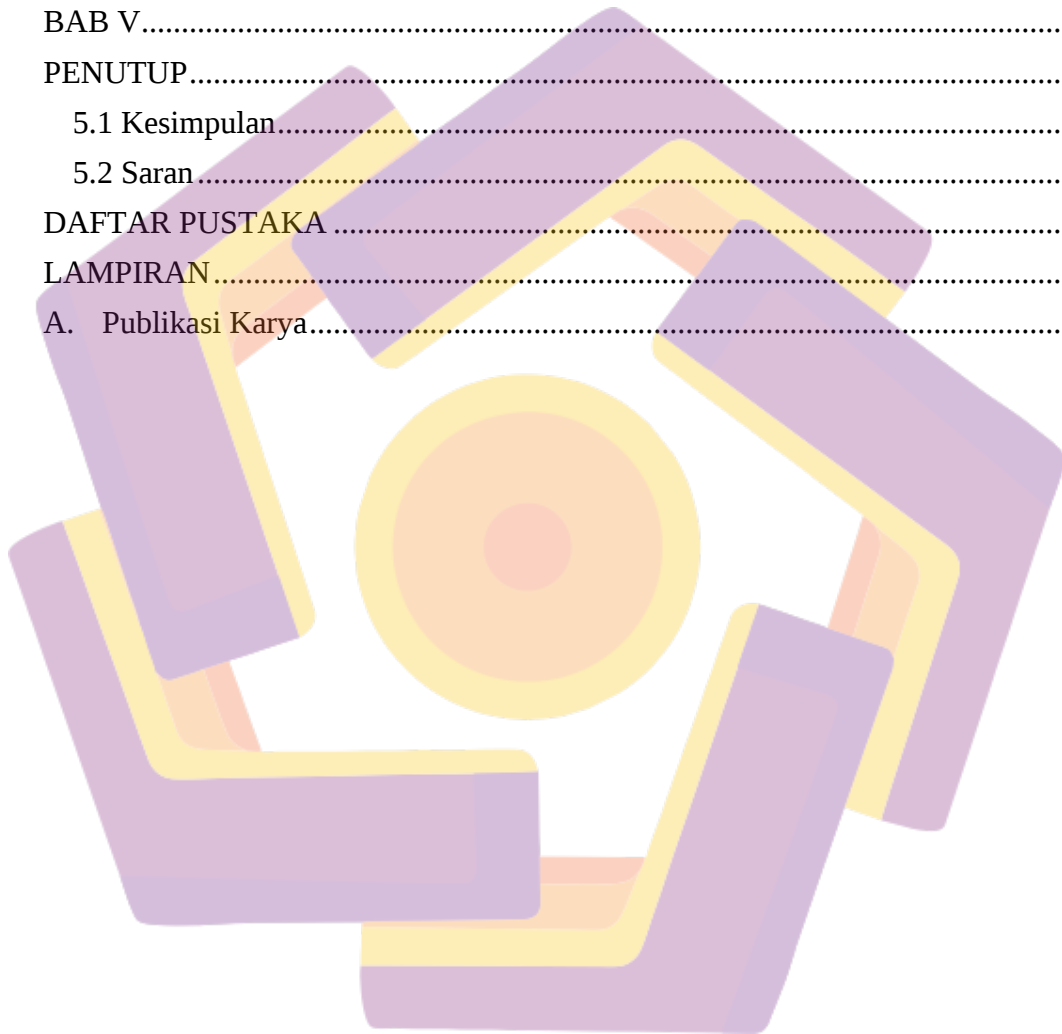
Yogyakarta, 08 Agustus 2025

Syahwa Allaeigra Putra

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR DALAM MENINGKATKAN<br>EFEKTIVITAS PESAN PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “LALAI<br>JADI PETAKA” ..... | i   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                                                                                      | iv  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....                                                                                                | v   |
| KATA PENGANTAR .....                                                                                                         | vi  |
| DAFTAR ISI .....                                                                                                             | vii |
| ABSTRAK .....                                                                                                                | xi  |
| BAB I .....                                                                                                                  | 1   |
| PENDAHULUAN .....                                                                                                            | 1   |
| 1.1 Latar belakang penciptaan karya .....                                                                                    | 1   |
| 1.2 Manfaat penciptaan karya .....                                                                                           | 5   |
| 1.2.1 Manfaat karya secara akademis .....                                                                                    | 5   |
| 1.2.2 Manfaat karya secara praktis .....                                                                                     | 6   |
| BAB II .....                                                                                                                 | 7   |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                                                                                                       | 7   |
| 2.1. Referensi Karya Sebelumnya .....                                                                                        | 7   |
| 2.2. Landasan Teori/ Konsep .....                                                                                            | 9   |
| 2.2.1 Iklan Layanan Masyarakat .....                                                                                         | 9   |
| 2.2.2 Teknik Pengambilan Gambar .....                                                                                        | 11  |
| 2.2.3 Director of Photography .....                                                                                          | 19  |
| BAB III .....                                                                                                                | 22  |
| METODE PEMBUATAN KARYA .....                                                                                                 | 22  |
| 3.1 Riset Dalam Pra Produksi .....                                                                                           | 22  |
| 3.2 Deskripsi Karya .....                                                                                                    | 24  |
| 3.2.1 Format media .....                                                                                                     | 24  |
| 3.2.2 Durasi Karya .....                                                                                                     | 25  |
| 3.2.3 Isi Pesan Karya .....                                                                                                  | 25  |
| 3.2.4 Target Audiens .....                                                                                                   | 26  |
| BAB IV .....                                                                                                                 | 28  |
| PEMBAHASAN HASIL KARYA .....                                                                                                 | 28  |
| 4.1 Hasil Karya .....                                                                                                        | 28  |
| 4.1.1 Iklan Statement .....                                                                                                  | 28  |

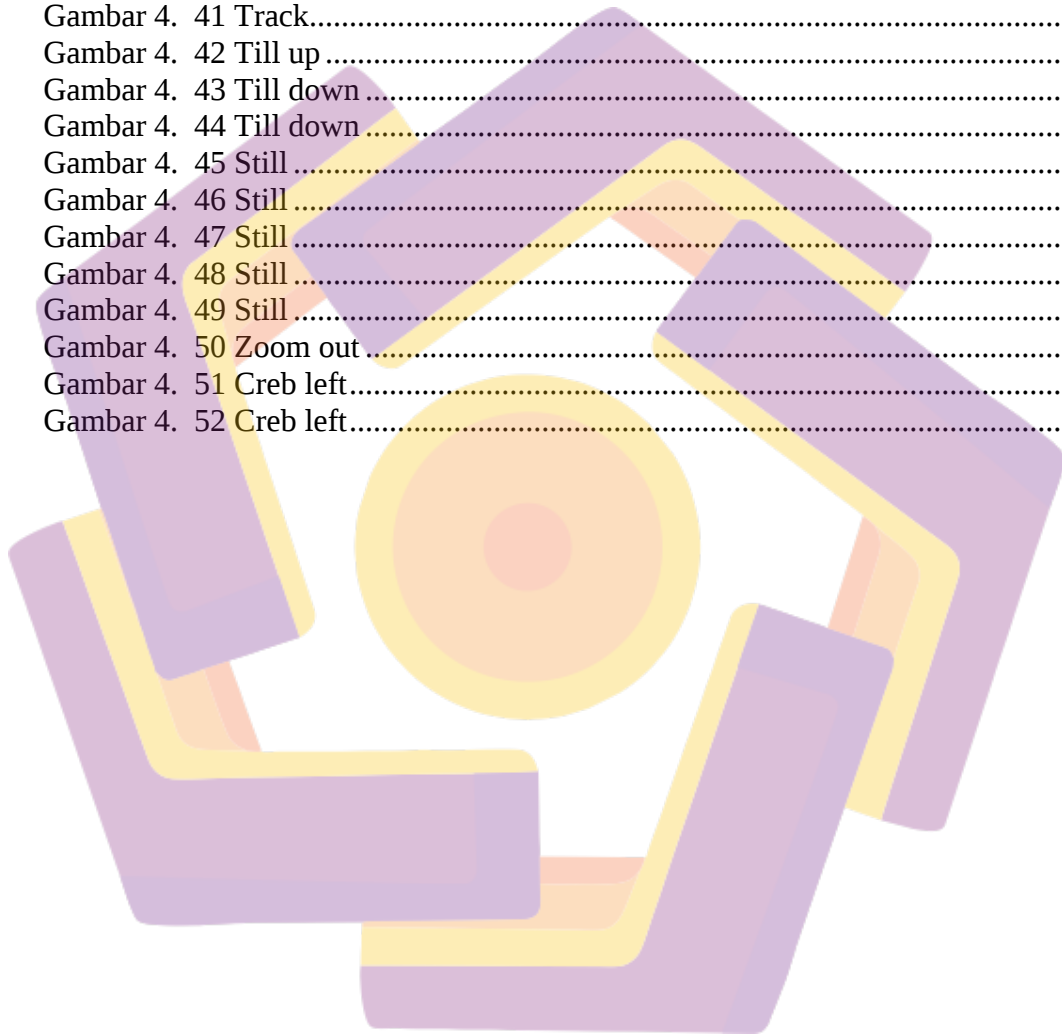
|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 4.2 Uraian Tahapan Proses Produksi.....        | 28 |
| 4.2.1 Pra Produksi.....                        | 29 |
| 4.2.2 Produksi .....                           | 37 |
| 4.2.3 Pasca Produksi .....                     | 37 |
| 4.3 Implentasi Teknik Pengambilan Gambar ..... | 37 |
| 4.4 Perbandingan Karya .....                   | 57 |
| BAB V.....                                     | 60 |
| PENUTUP.....                                   | 60 |
| 5.1 Kesimpulan.....                            | 60 |
| 5.2 Saran.....                                 | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                           | 62 |
| LAMPIRAN.....                                  | 64 |
| A. Publikasi Karya.....                        | 64 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Data DBD DIY .....       | 2  |
| Gambar 2. 1 Karya CEK .....          | 7  |
| Gambar 2. 2 Karya Stop Bullying..... | 8  |
| Gambar 2. 3 Karya Hoax .....         | 8  |
| Gambar 2. 4 Komposisi simetris.....  | 18 |
| Gambar 2. 5 Komposisi dinamis.....   | 19 |
| Gambar 4. 1 Shotlist scene 1 .....   | 30 |
| Gambar 4. 2 Photoboard scene 1 ..... | 31 |
| Gambar 4. 4 Photoboard scene 2.....  | 31 |
| Gambar 4. 3 Shotlist scene 2.....    | 31 |
| Gambar 4. 6 Photoboard scene 3.....  | 32 |
| Gambar 4. 5 Shotlist scene 3.....    | 32 |
| Gambar 4. 8 Photoboard scene 4.....  | 33 |
| Gambar 4. 7 Shotlist scene 4.....    | 33 |
| Gambar 4. 10 Photoboard scene 5..... | 34 |
| Gambar 4. 9 Shotlist scene 5.....    | 34 |
| Gambar 4. 11 Floorplan .....         | 35 |
| Gambar 4. 12 Floor plan .....        | 35 |
| Gambar 4. 13 Floorplan .....         | 35 |
| Gambar 4. 14 Floor plan .....        | 35 |
| Gambar 4. 15 Medium shot.....        | 39 |
| Gambar 4. 16 Medium shot.....        | 39 |
| Gambar 4. 17 Medium shot.....        | 40 |
| Gambar 4. 18 Medium shot.....        | 40 |
| Gambar 4. 19 Medium shot.....        | 40 |
| Gambar 4. 20 Medium shot.....        | 41 |
| Gambar 4. 21 Medium shot.....        | 41 |
| Gambar 4. 22 Close up.....           | 42 |
| Gambar 4. 23 Close up.....           | 42 |
| Gambar 4. 24 Close up.....           | 42 |
| Gambar 4. 25 Close up.....           | 43 |
| Gambar 4. 26 Close up.....           | 43 |
| Gambar 4. 27 Medium close up .....   | 44 |
| Gambar 4. 28 Medium close up .....   | 44 |
| Gambar 4. 29 Eye level.....          | 45 |
| Gambar 4. 30 Low angle.....          | 46 |
| Gambar 4. 31 Low angle.....          | 46 |
| Gambar 4. 32 Low angle.....          | 47 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Gambar 4. 33 Low angle .....  | 47 |
| Gambar 4. 34 Low angle .....  | 47 |
| Gambar 4. 35 Low angle .....  | 48 |
| Gambar 4. 36 High angle ..... | 48 |
| Gambar 4. 37 Komposisi .....  | 49 |
| Gambar 4. 38 Track.....       | 50 |
| Gambar 4. 39 Track.....       | 50 |
| Gambar 4. 40 Track.....       | 51 |
| Gambar 4. 41 Track.....       | 51 |
| Gambar 4. 42 Till up .....    | 52 |
| Gambar 4. 43 Till down .....  | 52 |
| Gambar 4. 44 Till down .....  | 53 |
| Gambar 4. 45 Still .....      | 53 |
| Gambar 4. 46 Still .....      | 54 |
| Gambar 4. 47 Still .....      | 54 |
| Gambar 4. 48 Still .....      | 54 |
| Gambar 4. 49 Still .....      | 55 |
| Gambar 4. 50 Zoom out .....   | 55 |
| Gambar 4. 51 Creb left.....   | 56 |
| Gambar 4. 52 Creb left.....   | 56 |



## ABSTRAK

Tingginya angka kasus Demam Berdarah Dengue (DBD) di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, menjadi latar belakang penciptaan iklan layanan masyarakat berjudul “Lalai Jadi Petaka”. Iklan ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan sebagai upaya preventif terhadap penyebaran DBD. Dalam produksi iklan ini, teknik pengambilan gambar menjadi aspek utama yang dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas pesan. Karya ini menerapkan teori teknik pengambilan gambar sebagai dasar dalam implementasi visual. Hasil penciptaan menunjukkan bahwa penggunaan teknik sinematografi seperti *medium shot*, *close-up*, *low angle*, serta gerakan kamera seperti *tracking* dan *tilt* mampu meningkatkan kekuatan visual dalam penyampaian pesan. Visual yang disusun oleh *Director of Photography* (DOP) tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedalaman makna yang dapat memperkuat daya ingat terhadap pesan kampanye, meskipun tanpa interaksi langsung dengan *audiens*. Pendekatan ini menjadi strategi yang efektif dalam menyampaikan pesan kampanye di wilayah dengan tingkat kerentanan tinggi terhadap penyebaran DBD, seperti Kabupaten Bantul.

**Kata Kunci :** Demam Berdarah Dengue, Teknik Sinematografi, Iklan Layanan Masyarakat, *Director of Photography*, dan Teknik Pengambilan Gambar.

## **ABSTRACT**

*The high number of Dengue Hemorrhagic Fever (DHF) cases in Indonesia, particularly in the Special Region of Yogyakarta, served as the backdrop for the creation of a public service announcement titled "Negligence Becomes a Disaster." This advertisement aims to educate the public about the importance of maintaining environmental cleanliness as a preventative measure against the spread of dengue fever. In producing this advertisement, camera technique was a key aspect optimized to enhance the effectiveness of the message. This work applied camera technique theory as the basis for its visual implementation. The creative results demonstrate that the use of cinematographic techniques such as medium shots, close-ups, low angles, and camera movements such as tracking and tilting enhances visual power in conveying messages. The visuals created by the Director of Photography (DOP) not only convey information but also build a depth of meaning that can strengthen the retention of campaign messages, even without direct interaction with the audience. This approach is an effective strategy in conveying campaign messages in areas with a high level of vulnerability to dengue fever, such as Bantul Regency.*

**Keywords : Dengue Fever, Cinematography Techniques, Public Service Announcements, Director of Photography, and Filmmaking Techniques.**