

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM
PENYAMPAIAN PESAN VISUAL IKLAN KOMERSIAL “*A
TALE AT MY FINGERTIPS*” ROYAL JEWELRY**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh:

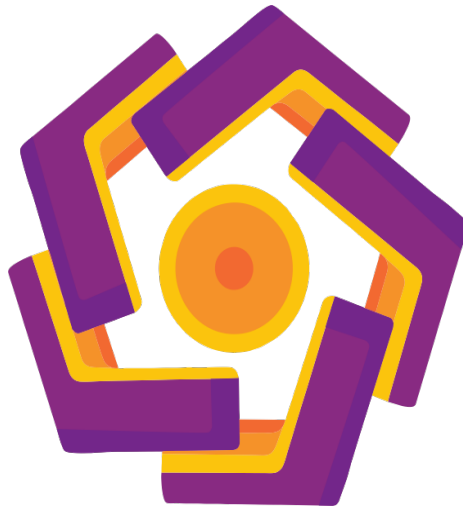
Za'im Muthahari
22.96.3497

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM
PENYAMPAIAN PESAN VISUAL IKLAN KOMERSIAL “*A TALE
AT MY FINGERTIPS*” ROYAL JEWELRY**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Za'im Muthahari
22.96.3497

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM
PENYAMPAIAN PESAN VISUAL IKLAN KOMERSIAL
“A TALE AT MY FINGERTIPS” ROYAL JEWELRY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Za'im Muthahari
NIM. 22.96.3497

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 6 Februari

Dosen Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM
PENYAMPAIAN PESAN VISUAL IKLAN KOMERSIAL
“A TALE AT MY FINGERTIPS” ROYAL JEWELRY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Za'im Muthahari
NIM 22.96.3497

telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
pada 25 Februari 2026

Nama Penguji

Devi Wening Astari, M.I.Kom
NIK. 190302655

Etik Anjar Fitriarti, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302656

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(25 Februari 2026)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

LEMBAR 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 25 Februari 2026



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Za'im Muthahari".

Za'im Muthahari

NIM. 22.96.3497

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas ke hadirat 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) 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., Ph.D. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A (Kaprodil Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A. (Pembimbing)
5. Erwanto dan Muhammad Dafa Nauval (Pemilik dari Royal Jewelry)
6. Rizki Sukma Kharisma dan tim pengabdian masyarakat PM-UPUD 2025.
7. Orang tua tercinta, Ibu Sugiyarti dan Bapak Tarjilan.
8. Para sahabat yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.

Yogyakarta, 25 Februari 2026



Za'im Muthahari

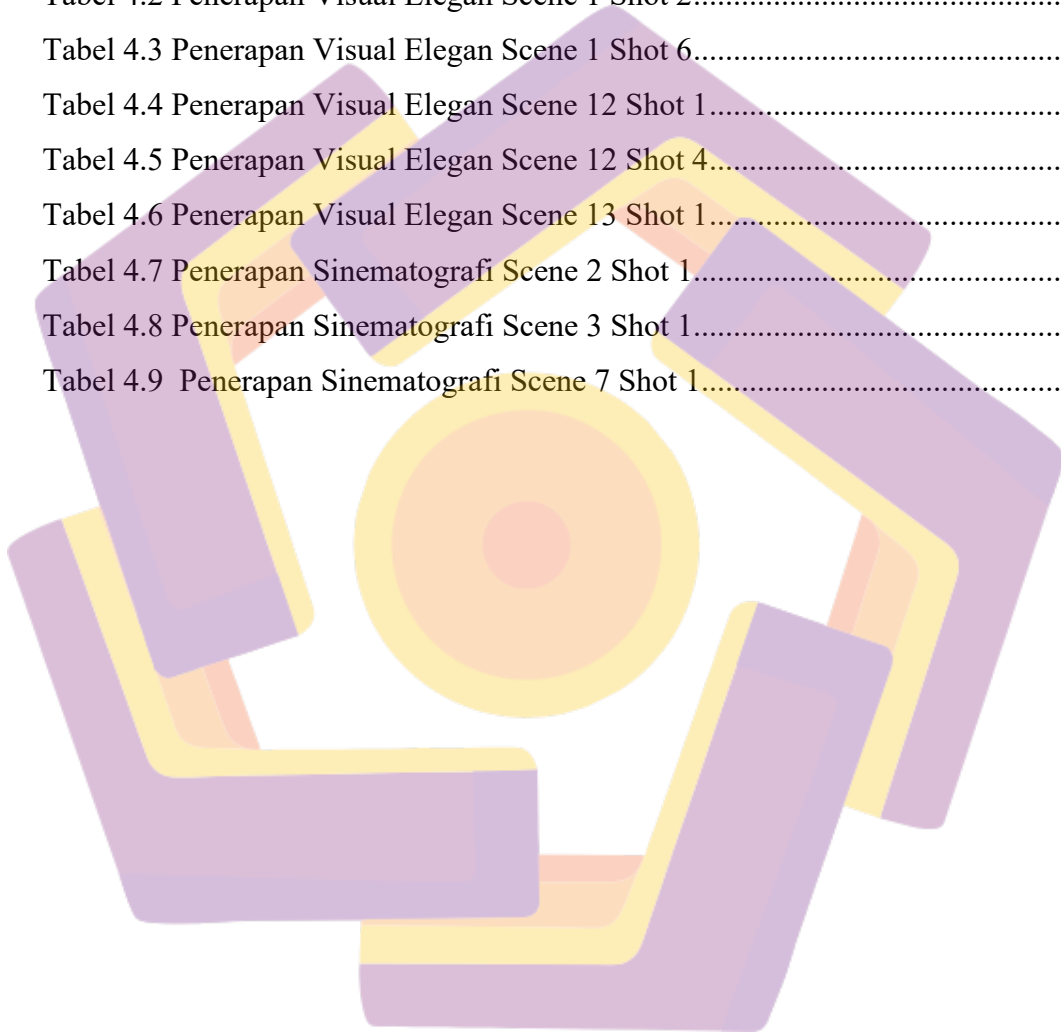
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Fokus Permasalahan.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Referensi Karya.....	8
2.1.1 Referensi Karya Audio Visual	8
2.1.2 Referensi Karya Tulis	11
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Director of Photography (DoP).....	13
2.2.2 Teknik Sinematografi	13
BAB III METODE PERANCANGAN KARYA	25
3.1. Riset dalam Pra Produksi.....	25

3.1.1 Penentuan Mitra Kolaborasi	25
3.1.2 Studi Pustaka.....	26
3.1.3 Wawancara Mitra.....	27
3.1.5 Penentuan Tema dan Alur Cerita.....	37
3.1.6 Pembentukan Tim Produksi.....	38
3.2 Deskripsi Karya	40
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	49
4.1 Deskripsi Karya	49
4.2 Penerapan Teknik Sinematografi.....	50
BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya Tulis	11
Tabel 3.1 Tabel Target Audiens.....	44
Tabel 4.1 Penerapan <i>Visual Elegan</i> Scene 1 Shot 1.....	52
Tabel 4.2 Penerapan Visual Elegan Scene 1 Shot 2.....	54
Tabel 4.3 Penerapan Visual Elegan Scene 1 Shot 6.....	55
Tabel 4.4 Penerapan Visual Elegan Scene 12 Shot 1.....	57
Tabel 4.5 Penerapan Visual Elegan Scene 12 Shot 4.....	59
Tabel 4.6 Penerapan Visual Elegan Scene 13 Shot 1.....	61
Tabel 4.7 Penerapan Sinematografi Scene 2 Shot 1.....	63
Tabel 4.8 Penerapan Sinematografi Scene 3 Shot 1.....	65
Tabel 4.9 Penerapan Sinematografi Scene 7 Shot 1.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Iklan Axis Iritologi No. 36	8
Gambar 2.2 Iklan Adele Jewelry	10
Gambar 2.3 Iklan James Allen	10
Gambar 3.1 Diagram Gender	28
Gambar 3.2 Diagram Usia	29
Gambar 3.3 Diagram Frekuensi Tontonan Iklan	30
Gambar 3.4 Diagram Frekuensi Ketertarikan	31
Gambar 3.5 Diagram Frekuensi Perhatian pada Iklan	32
Gambar 3.6 Diagram Frekuensi Pendekatan Komedi	33
Gambar 3.7 Diagram Frekuensi Pendekatan Keseharian	33
Gambar 3.8 Diagram Frekuensi Ketertarikan Produk	34
Gambar 3.9 Bagan Alur Kerja DoP	48
Gambar 4.1 Scene 1 Shot 1	52
Gambar 4.2 Scene 1 Shot 2	53
Gambar 4.3 Scene 1 Shot 6	55
Gambar 4.4 Scene 12 Shot 1	57
Gambar 4.5 Scene 12 Shot 4	58
Gambar 4.6 Scene 13 Shot 1	60
Gambar 4.7 Scene 2 Shot 1	63
Gambar 4.8 Scene 3 Shot 1	64
Gambar 4.9 Scene 7 Shot 1	66
Gambar 4.10 Insight Reel Iklan Royal Jewelry	68
Gambar 4.11 Insight Reel Iklan Royal Jewelry	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan karya	77
Lampiran 2 Premis, Logline, Sinopsis	77
Lampiran 3 Naskah	78
Lampiran 4 Storyline.....	82
Lampiran 5 Storyboard	83
Lampiran 6 Shot-list.....	84
Lampiran 7 Timeline.....	84
Lampiran 8 Call Sheets	85
Lampiran 9 Rencana Anggaran Biaya	85
Lampiran 10 Daftar Kru.....	88
Lampiran 11 Dokumentasi	89
Lampiran 12 Surat izin syuting.....	90
Lampiran 13 Bukti Hak Kekayaan Intelektual.....	91

ABSTRAK

Karya video iklan komersial ini merupakan luaran kegiatan pengabdian masyarakat Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggulan Daerah (PM-UPUD) tahun 2025 oleh dosen dan mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta yang berkolaborasi dengan mitra Royal Jewelry di Kotagede, Yogyakarta. Karya ini diciptakan sebagai media promosi sekaligus *branding* digital untuk meningkatkan daya tarik visibilitas Royal Jewelry di tengah persaingan yang semakin kreatif. Kegiatan dilakukan mulai bulan Juni hingga November 2025. Program tersebut memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berkarya dengan mitra Royal Jewelry, salah satunya adalah pembuatan iklan komersial “*A Tale at My Fingertips*”. Dalam produksi iklan tersebut, penulis berposisi sebagai *Director of Photography*, penulis mengerjakan tugasnya mulai dari praproduksi hingga pascaproduksi. Kegiatan pengabdian masyarakat dan produksi iklan audio visual ini akan menjadi pengalaman untuk mengasah keterampilan dan meningkatkan wawasan penulis. Hasil dari penerapan teknik sinematografi menggunakan teori Brodwell & Thompson pada pembuatan iklan audio visual mampu meningkatkan daya tarik estetika, memperkuat pesan emosional, dan membangun citra profesional terhadap merek Royal Jewelry.

Kata Kunci: audio visual, iklan komersial, sinematografi

ABSTRACT

This commercial advertising video work is the output of the 2025 community service activity of Empowering Regional Superior Product Business Partners (PM-UPUD) by lecturers and students of Amikom University Yogyakarta in collaboration with Royal Jewelry partners in Kotagede, Yogyakarta. This work was created as a promotional media as well as digital branding to increase the attractiveness of Royal Jewelry's visibility amidst increasingly creative competition. The activity was carried out from June to November 2025. The program provided space for students to work with Royal Jewelry partners, one of which was the creation of a commercial advertisement "A Tale at My Fingertips". In the production of the advertisement, the author was positioned as Director of Photography, the author carried out his duties from pre-production to post-production. This community service activity and audio-visual advertisement production will be an experience to hone skills and increase the author's insight. The results of the application of cinematography techniques using the theories of Brodwell & Thompson in the creation of audio-visual advertisements were able to increase aesthetic appeal, strengthen emotional messages, and build a professional image of the Royal Jewelry brand.

Keywords: cinematography, commercial advertising, audio visual