

**FREYTAG'S PYRAMID SEBAGAI KERANGKA PENYUTRADARAAN
KOMEDI DALAM IKLAN KOMERSIAL ROYAL JEWELRY**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh:

Kofifa Aisyah Nur Amini

NIM.22.96.3085

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

**FREYTAG'S PYRAMID SEBAGAI KERANGKA PENYUTRADARAAN
KOMEDI DALAM IKLAN KOMERSIAL ROYAL JEWELRY**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Kofifa Aisyah Nur Amini

NIM.22.96.3085

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

FREYTAG'S PYRAMID SEBAGAI KERANGKA PENYUTRADARAAN

KOMEDI DALAM IKLAN KOMERSIAL ROYAL JEWELRY

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Kofifa Aisyah Nur Amini

NIM. 22.96.3085

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 8 Januari 2026

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**FREYTAG'S PYRAMID SEBAGAI KERANGKA PENYUTRADARAAN
KOMEDI DALAM IKLAN KOMERSIAL ROYAL JEWELRY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Kofifa Aisyah Nur Amini
NIM 22.96.3085

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

22 Januari 2026

Nama Penguji

Tanda Tangan

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIK. 190302486

Mulyadi Erman, S.Ag. MA
NIK. 190302571

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

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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D
NIK. 19302125

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, 9 Januari 2026



Kofifa Aisyah Nur Amini
NIM. 22.96.3085

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. Ph.D (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Riski Damastuti, M.A. (Pembimbing)
5. Rizki Sukma Kharisma (Ketua Pengabdian Masyarakat Masyarakat Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggul)
6. Royal Jewelry (Mitra Pengabdian Masyarakat)

Yogyakarta, 9 Januari 2025



Kofifa Aisyah Nur Amini

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 terima kasih kepada :

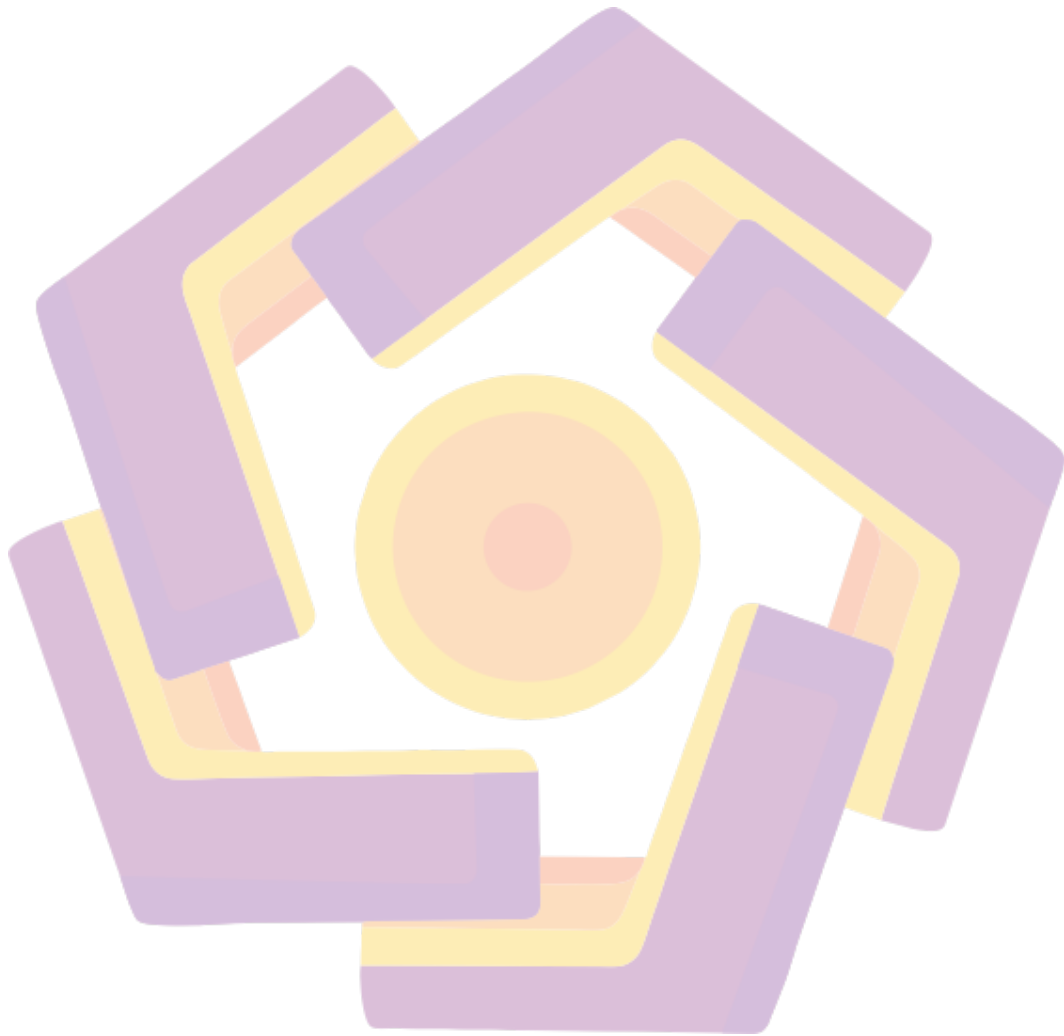
1. Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat kekuatan dan penyertaan-Nya yang selalu menyertai penulis hingga karya ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Leginah dan Bapak Abdul Gani tercinta, terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang, serta dukungan tulus yang menjadi sumber semangat penulis.
3. Keluarga, yang selalu hadir memberikan dukungan, perhatian, dan doa dalam setiap proses perjalanan penulis.
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingan, arahan, kesabaran, dan motivasi yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman, Zaim, Rayhan, Ata, Asha, dan Dafa, terima kasih atas kebersamaan, kerja sama selama penyusunan karya ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan	6
1.4. Manfaat	6
1.5. Manfaat Teoritis	7
1.6. Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Referensi Karya Sebelumnya	8
2.2. Iklan Komersial James Allen	8
2.3. Iklan Komersial Axis “Cekrek Upload”.....	8
2.4. Iklan Adelle Jewelry	10
2.5. Landasan Teori dan Konsep	11
2.6. Teori Freytag’s Pyramid.....	10

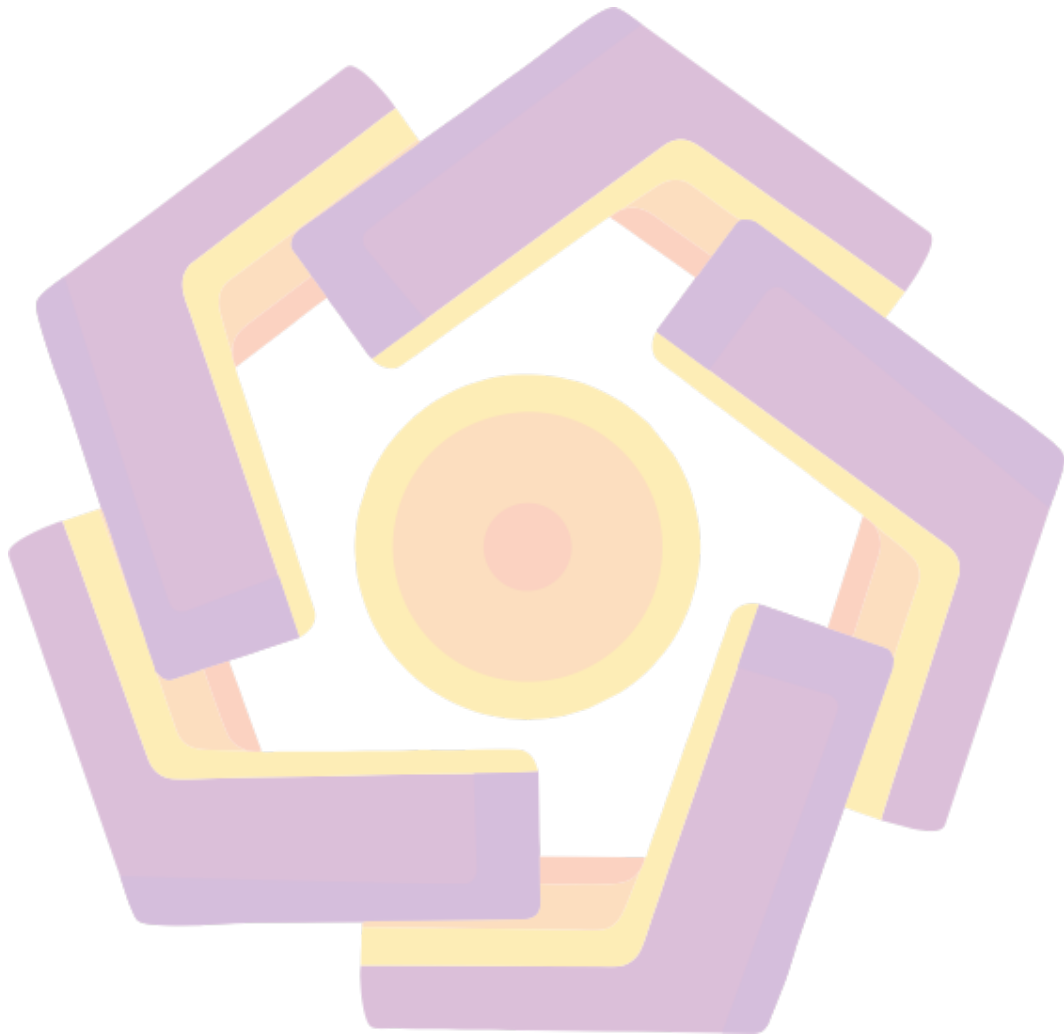
2.7. Landasan Konsep	11
BAB III	20
METODE PEMBUATAN KARYA	20
3.1. Riset dalam Pra Produksi	20
3.2. Penentuan Mitra Kolaborasi	20
3.3. Studi Pustaka	21
3.4. Kuesioner: Survei Preferensi Pada Iklan Komersial	22
3.5. Penentuan Tema dan Alur Cerita	29
3.6. Pembentukan Tim Produksi	31
3.7. Deskripsi Karya	33
3.8. Format Media	33
3.9. Durasi Karya	34
3.10. Isi Pesan Karya	35
BAB IV	37
PEMBAHASAN HASIL KARYA	37
4.1. Analisa Teori Freytag's dalam Alur Cerita Iklan Komersial Royal Jewelry	37
1. Set up (Eksposisi)	41
2. Action (Aksi Naik)	43
3. Climax (Klimaks)	50
4. Falling Action (Aksi Jatuh)	61
5. Resolution (Resolusi)	57
BAB V	59
PENUTUP	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
Lampiran 1. Link Tautan Karya	63
Lampiran 2. Premis, <i>Logline</i> , <i>Synopsi</i>	63
ROYAL JEWELRY	64
"A Tale at My Fingertips"	64

Lampiran 8. <i>Timeline</i>	75
Lampiran 10. Dokumentasi Foto Kegiatan	79



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Struktur Naratifting Freytag's Pyramid.....	40
---	----

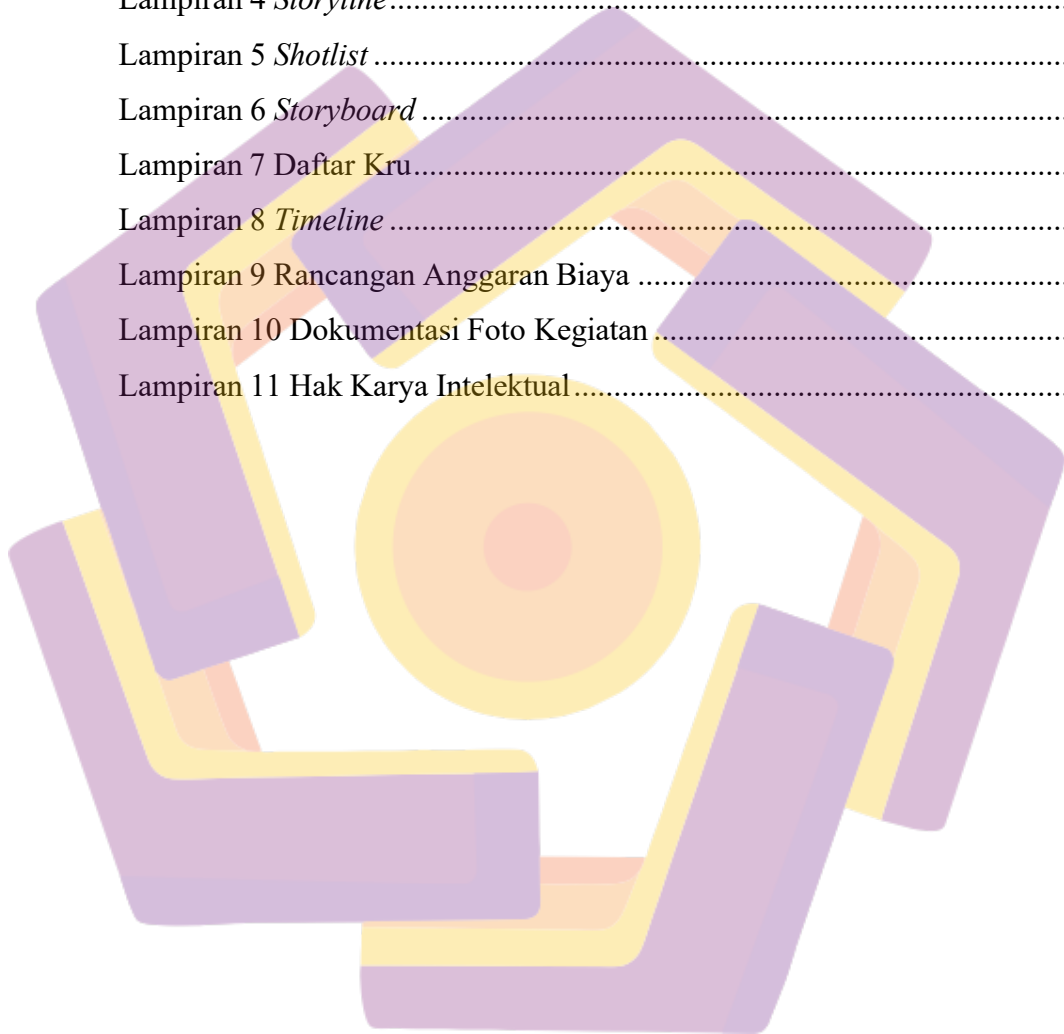


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Iklan Komersial James Allen	7
Gambar 2.2 Iklan Axis “ <i>Cekrek Upload</i> ”	8
Gambar 2.3 Iklan Adelle Jewelry	9
Gambar 3.1 Diagram Gender	21
Gambar 3.2 Diagram Usia.....	22
Gambar 3.3 Diagram Frekuensi Tontonan Iklan	23
Gambar 3.4 Diagram Frekuensi Ketertarikan	24
Gambar 3.5 Diagram Frekuensi Perhatian pada Iklan	25
Gambar 3.6 Diagram Frekuensi Pendekatan Komedi.....	26
Gambar 3.7 Diagram Frekuensi Pendekatan Keseharian.....	27
Gambar 3.8 Diagram Frekuensi Ketertarikan Produk	28
Gambar 4.1 <i>Scene 1</i>	45
Gambar 4.2 <i>Scene 2</i>	47
Gambar 4.3 <i>Scene 3</i>	48
Gambar 4.4 <i>Scene 4</i>	51
Gambar 4.5 <i>Scene 5</i>	52
Gambar 4.6 <i>Scene 6</i>	54
Gambar 4.7 <i>Scene 7</i>	56
Gambar 4.8 <i>Scene 8</i>	58
Gambar 4.9 <i>Scene 9</i>	60
Gambar 4.10 <i>Scene 10</i>	62
Gambar 4.11 <i>Scene 11</i>	63
Gambar 4.12 <i>Scene 12</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Link Tautan Karya.....	72
Lampiran 2 <i>Premis, Logline, Synopsis</i>	72
Lampiran 3 Naskah	73
Lampiran 4 <i>Storyline</i>	78
Lampiran 5 <i>Shotlist</i>	80
Lampiran 6 <i>Storyboard</i>	81
Lampiran 7 Daftar Kru.....	83
Lampiran 8 <i>Timeline</i>	84
Lampiran 9 Rancangan Anggaran Biaya	85
Lampiran 10 Dokumentasi Foto Kegiatan	89
Lampiran 11 Hak Karya Intelektual.....	90



ABSTRAK

Karya ini diciptakan sebagai media promosi sekaligus branding digital untuk meningkatkan daya tarik visibilitas Royal Jewelry di tengah persaingan yang semakin kreatif di era digital. Dalam proses penciptaanya, sutradara memegang peran penting sebagai pengendali utama ide, estetika visual, serta penyampaian pesan melalui bahasa sinematik. Karya ini menggunakan pendekatan penyutradaraan yang menggabungkan unsur humor ringan dan visual elegan untuk menciptakan nuansa segar namun tetap berkelas tanpa mengurangi citra mewah pada produk. Untuk membangun alur cerita yang terstruktur dan menarik, karya ini menerapkan Freytag's Pyramid sebagai kerangka naratif penyutradaraan, yang meliputi tahap pengenalan, peningkatan konflik, klimaks, dan penyesalan. Proses penyutradaraan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi dengan penekanan pada pengembangan karakter, ekspresi, serta ritme komedi yang dikombinasikan dengan tone visual elegan. Hasil akhir karya audio visual ini tidak hanya berfungsi menjadi media promosi tetapi juga sebagai karya aestetitik yang merepresentasikan inovasi dalam penyutradaraan iklan perhiasaan sekaligus memperkuat *brand awareness* Royal Jewelry di media social.

Kata Kunci: Branding Digital, Freytag's Pyramid, Iklan Komersial, Komedi Elegan, Penyutradaraan.

ABSTRACT

This project was created as a promotional medium as well as a digital branding strategy to enhance the visual appeal and visibility of Royal Jewelry amid the increasingly creative competition in the digital era. In the creative process, the director plays a crucial role as the primary controller of ideas, visual aesthetics, and message delivery through cinematic language. This work applies a directing approach that combines light humor with elegant visual to create a fresh yet refined atmosphere without diminishing the luxurious image of the jewelry products. To construct a structured and engaging narrative, the project employs Freytag's Pyramid as the narrative framework for directing, which consist of the stages of exposition, rising action, climax, and resolution. The directing process is carried through three main stages pre-production, productions, and post-production, with an emphasis on character development, performer expression, and comedic rhythm combined with an elegant visual tone. The final audiovisual work functions not only as a promotional medium but also as an aesthetic work that represent innovation in the directing of jewelry commercial advertising while strengthening Royal Jewelry's brand awareness on social media.

Keywords: Digital Branding, Freytag's Pyramid, , Commercial Advertising Elegant Comedy, Directing.