



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yayasan Menara Bhatih	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	<u>Sumbangan</u>
Tanggal :	<u>19 MAR 2018</u>
No. Reg. :	1. <u>S17180303</u> 2. <u>SK/41/18/065</u>

PERANCANGAN DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY (D.O.P) VIDEO

IKLAN GATSBY CREATIVE AWARDS 11TH

“ASSASSINATION MISSION”

SKRIPSI APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

FARHAN AL HAMIDY

44114010094

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perancangan Director Of Photography (D.O.P) Video Iklan Gatsby Creative Awards 11th Assassination Mission”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan program Strata-1 di Jurusan Broadcasting, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Mama, Papa, Syah'la, Nayla, Fawaz, selaku orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan pada penulis.
3. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Drs. Dadan Iskandar, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Dan ucapan Terimakasih untuk Hilda Ayu Monica sebagai orang yang selalu ada dan selalu mendukung penulis dikala susah maupun senang untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman seperjuangan, Luthfi Syaiful Islam, M.Aris Rosdianto, Bang Lokatang Sao Reza, Faraz Hasbi Al Akbar, Luthfir

Rahman, Rifa Uulal Ilmi, Fajriansyah, Sari Mulia Eri, Bobby Indrawan,
yang telah berjuang bersama dan mendukung penulis.

7. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi,
yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari masih terdapat banyak
kekurangan baik dari materi maupun penyajian. Oleh karena itu penulis
mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi
lebih baik. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih, semoga laporan ini dapat
bermanfaat bagi semua yang membaca.



Jakarta, 18 Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	11
1.3 Tujuan Perancangan.....	11
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	11
1.5 Manfaat Perancangan.....	12
1.5.1 Manfaat Akademis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II KETERANGAN / DASAR PEMIKIRAN	
2.1. Komunikasi Massa.....	13
2.1.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	13
2.1.2. Karakteristik Komunikasi Massa.....	14
2.1.3. Tujuan Dan Fungsi Komunikasi Massa.....	16
2.1.4. Efek Komunikasi Massa.....	16
2.2. Pengertian Iklan.....	18
2.3. Media Iklan Sebagai Komunikasi Massa.....	22
2.3.1. Fungsi Iklan.....	23
2.3.2. Jenis-Jenis Iklan.....	26
2.4. Proses Perancangan Iklan Televisi.....	28
2.4.1. Kreatifitas Iklan.....	28

2.4.2. Strategi Kreatif Periklanan.....	30
2.4.3. Ide Besar (Big Idea).....	32
2.4.4. Daya Tarik Iklan	35
2.4.5. Eksekusi Kreatif.....	41
2.4.6. Taktik Kreatif Iklan Televisi.....	44
2.4.7. Teknik Penulisan Naskah Iklan.....	46
2.5. Perencanaan Produksi.....	50
2.6. Pengarah Fotografi	54
2.7. Five C's of Cinematography	54
2.8. Tugas dan Kewajiban Director Of Photography	60
BAB III KONSEP PERANCANGAN IKLAN	
3.1. Tujuan Komunikasi	62
3.2. Strategi Komunikasi	63
3.3. Analisa Karya Metode SWOT Video Iklan Gatsby Creative Awards 11th "Assassination Mission"	64
3.4. Analisa Spesifikasi Program.....	65
3.4.1. Deskripsi Program.....	65
3.4.2. Konsep Eksekusi Karya	66
3.4.3. Alasan Pemilihan Karya.....	67
3.4.4. Gambar Isi Pesan dan Media Promosi	68
3.4.5. Konsep Kamera.....	69
3.5. Time Table dan Anggaran	70
3.5.1. Time Table	69

3.5.2. Anggaran	71
3.6. Konsep Perancangan	72

BAB IV KONSEP PERANCANGAN IKLAN

4.1. Tahapan Produksi	74
4.1.1. Pra Produksi	75
4.1.2. Produksi	88
4.1.3. Pasca Produksi	106
4.2. Jalur Distribusi	106
4.3. Lembar Kerja Produksi	109
4.5.1. Camera Report (Laporan Kamera)	110
4.4. Kendala dan Pemecahan	113
4.6.1. Kendala Produksi	113
4.6.2. Pemecahan Masalah	114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	116
5.2. Saran	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CV

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Kamera Utama	94
Gambar 4.2. Kamera Utama	94
Gambar 4.3. Kamera Utama	94
Gambar 4.4. Kamera Utama	95
Gambar 4.5. Kamera Utama	96
Gambar 4.6. Kamera Utama	96
Gambar 4.7. Kamera Utama	96
Gambar 4.8. Kamera Utama	97
Gambar 4.9. Kamera Utama	98
Gambar 4.10. Kamera Utama	98
Gambar 4.11. Kamera Utama	98
Gambar 4.12 Kamera Utama	98
Gambar 4.13 Kamera Utama	99
Gambar 4.14. Kamera Utama	99
Gambar 4.15. Kamera Utama	99
Gambar 4.16. Kamera Utama	100
Gambar 4.17. Kamera Utama	101
Gambar 4.18. Kamera Utama	102
Gambar 4.19. Kamera Utama	102
Gambar 4.20. Kamera Utama	103
Gambar 4.21. Kamera Utama	104

Gambar 4.22. Kamera Utama	104
Gambar 4.23. Kamera Utama	104
Gambar 4.24. Kamera Utama	105
Gambar 4.25. Kamera Utama	105



Daftar Tabel

Tabel 2.1. Dasar-Dasar Daya Tarik Emosional	38
Tabel 3.1. Time Table.....	71
Tabel 3.2. Anggaran.....	72
Tabel 4.1. Treatment.....	80
Tabel 4.2. Story Board.....	87
Tabel 4.3. Camera Report.....	110

