



TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL VIDEO “GEN Z PASSWORD-NYA?” PT TELEKOMUNIKASI SELULAR

SYAHLA SOFYA SAFITRI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

@HakCipta milik IPB University

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul "Teknik Pengambilan Gambar dalam Produksi Iklan Digital Video "Gen Z Password-nya?" PT Telekomunikasi Selular" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2024

Syahla Sofya Safitri
J0301201042

ABSTRAK

SYAHLA SOFYA SAFITRI. Teknik Pengambilan Gambar dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO dan MUHAMMAD AL FARISSY.

PT Telekomunikasi Selular membuat program by.U Affiliate School untuk meningkatkan kesadaran merek terhadap produk by.U. PT Telekomunikasi Selular mempromosikan program ini melalui produksi iklan digital video. Tujuan proyek akhir ini ialah untuk menjelaskan gambaran proyek dalam produksi iklan digital dan tahapan proses pengambilan gambar pada produksi iklan digital video “Gen Z Password-nya?” serta menganalisis teknik pengambilan gambar pada produksi iklan digital video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Waktu dan tempat pembuatan proyek akhir dilaksanakan dari tanggal 1 Februari hingga 31 April 2024 di Gedung Telkomsel Regional Central. Jenis data yang dikumpulkan ialah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara, partisipasi aktif, dan studi pustaka. Gambaran proyek produksi iklan digital mencakup tiga output, yakni iklan video, poster, dan HKI. Proses pengambilan gambar dalam iklan video melibatkan berbagai tahapan untuk mencapai konsep yang disepakati tim. Penerapan teknik pengambilan gambar pada setiap scene dalam iklan video menyesuaikan aspek dalam shotlist guna menciptakan keselarasan antara estetika dengan pesan yang disampaikan.

Kata kunci: by.U, iklan, pengambilan gambar, teknik pengambilan gambar

ABSTRACT

SYAHLA SOFYA SAFITRI. Shooting Techniques in the Production of the Digital Video Advertisement “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Supervised by HUDI SANTOSO of 1st SUPERVISOR and MUHAMMAD AL FARISSY of 2nd SUPERVISOR.

PT Telekomunikasi Selular created the by.U Affiliate School program to increase brand awareness of by.U products. PT Telekomunikasi Selular promotes this program through the production of digital video advertisements. The purpose of this final project is to explain the project description in the production of digital advertisements and the stages of the shooting process in the production of digital video advertisements "Gen Z Passwordnya?" and analyze the shooting techniques in the production of digital video advertisements "Gen Z Passwordnya?" PT Telekomunikasi Selular. PT Telekomunikasi Selular. The time and place for making the final project was held from February 1 to April 31, 2024 at the Telkomsel Regional Central Building. The types of data collected are primary and secondary data. Data collection techniques were obtained through observation, interviews, active participation, and literature study. The digital advertising production project overview includes three outputs, namely video advertising, poster, and HKI. The shooting process in video advertisements involves various stages to achieve the concept agreed upon by the team. The application of shooting techniques in each scene in the video ad adjusts the aspects in the shotlist to create harmony between aesthetics and the message conveyed.

Keywords: ads, by.U, shooting process, shooting techniques

**Judul Laporan Akhir : Teknik Pengambilan Gambar dalam Produksi Iklan Digital
Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular**

Nama : Syahla Sofya Safitri
NIM : J0301201042

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P



Pembimbing 2:
Muhammad Al Farissy, S.I.Kom., M.Sc



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P
NPI 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T
NIP 201807198005241001



Tanggal Ujian:
(29 Mei 2024)

Tanggal Lulus:

@Hak cipta milik IBB University

IPB University





PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan April 2024 ini ialah proyek akhir dengan judul “Teknik Pengambilan Gambar dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P dan Muhammad Al Farissy, S.I.Kom., M.Sc yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Rifky Ahmad dan Iwan Kamaludin Kurniawan yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Ucapan terima kasih juga tak lupa penulis sampaikan kepada Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT., selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Selain itu, terima kasih juga penulis ucapkan kepada seluruh dosen, asisten dosen, beserta seluruh staf Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, dan juga kepada seluruh teman-teman Komunikasi Digital dan Media Angkatan 57.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2024

Syahla Sofya Safitri

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Komunikasi Pemasaran	4
2.2 Periklanan	4
2.2.1 Periklanan Digital	5
2.2.2 Proses Produksi Iklan	6
2.3 PT Telekomunikasi Selular	6
2.4 Teknik Pengambilan Gambar	7
2.4.1 Tipe <i>Shot Kamera</i>	7
2.4.2 Gerakan Kamera (<i>Camera Movement</i>)	8
2.4.3 Sudut Pengambilan Gambar (<i>Camera Angle</i>)	8
2.5 Referensi Karya	9
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu	11
3.2 Data dan Instrumen	11
3.3 Teknik Pengumpulan Data	12
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	12
3.5 Output/Luaran Proyek	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Gambaran Proyek	15
4.2 Tahapan dalam Proses Pengambilan Gambar pada Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?”	18
4.3 Penerapan Teknik Pengambilan Gambar dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?”	26
V SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50
RIWAYAT HIDUP	53

DAFTAR TABEL

1	<i>Shotlist</i> iklan video "Gen Z Password-nya?"	20
2	Peralatan <i>shooting</i> iklan video "Gen Z Password-nya?"	23

DAFTAR GAMBAR

1	Iklan by.U "Cuma Kamu yang Bisa"	9
2	Iklan Tokopedia "Filosofi Pete"	10
3	Bagan prosedur kerja pengambilan gambar iklan digital	13
4	<i>Screenshot</i> cuplikan iklan "Gen Z Password-nya?"	16
5	Iklan poster by.U Affiliate School	17
6	HKI iklan video "Gen Z Password-nya?"	18
7	Referensi pengambilan gambar iklan by.U	19
8	<i>Medium close up</i> pada <i>scene 1</i>	28
9	<i>Medium shot</i> pada <i>scene 1</i>	28
10	Penggunaan <i>eye level</i> pada <i>scene 1</i>	29
11	Penggunaan <i>high angle</i> pada <i>scene 1</i>	30
12	<i>Medium shot</i> pada <i>scene 2</i>	31
13	Penggunaan <i>following</i> pada <i>scene 2</i>	31
14	Pengambilan gambar pada <i>scene 3</i>	32
15	<i>Medium full shot</i> pada <i>scene 4</i>	33
16	<i>Medium shot</i> pada <i>scene 4</i>	33
17	Penggunaan <i>panning</i> pada <i>scene 4</i>	34
18	<i>Medium shot</i> pada <i>scene 5</i>	35
19	<i>Full shot</i> pada <i>scene 5</i>	35
20	<i>High angle</i> pada <i>scene 5</i>	36
21	<i>Close up</i> pada <i>scene 6</i>	37
22	<i>Tracking</i> pada <i>scene 6</i>	37
23	Contoh tipe <i>shot</i> pada <i>scene 7</i>	38
24	<i>Panning</i> pada <i>scene 7</i>	39
25	Contoh <i>medium shot</i> pada <i>scene 8</i>	39
26	<i>Medium close up</i> pada <i>scene 8</i>	40
27	<i>Close up</i> pada <i>scene 8</i>	40
28	<i>Low angle</i> pada <i>scene 8</i>	41
29	<i>Medium full shot</i> pada <i>scene 9</i>	42
30	Pengambilan gambar pada <i>scene 10</i>	43
31	<i>Medium full shot</i> pada <i>scene 11</i>	43
32	<i>Tracking</i> pada <i>scene 11</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

1	Proses <i>foldering</i> setelah pelaksanaan <i>shooting</i>	50
2	<i>Briefing</i> bersama tim by.U PT Telekomunikasi Selular	50
3	Proses <i>shooting</i> iklan video "Gen Z Password-nya?"	50
4	Proses <i>voice over</i> setelah <i>shooting</i> bersama <i>talent Ayu</i>	51
5	<i>Screening</i> bersama tim PT Telekomunikasi Selular	51
6	Foto bersama tim PT Telekomunikasi Selular	51
7	Surat izin pelaksanaan proyek akhir di PT Telekomunikasi Selular	52