

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERAN PENYUTRADARAAN DALAM PEMBUATAN VIDEO
IKLAN *SOFT SELLING* DEFRESHCO

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :
Roni Rahman
18.96.0692

Dosen Pembimbing:

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERAN PENYUTRADARAAN DALAM PEMBUATAN VIDEO
IKLAN *SOFT SELLING* DEFRESHCO

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Roni Rahman
18.96.0692

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
(NIK.190302437)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Roni Rahman
NIM : 18.96.0692
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, [Tanggal, Bulan, Tahun]

Yang Memberikan Pernyataan



Roni Rahman
NIM 18.96.0962

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan program strata satu (S1). Dengan judul “Peran Penyutradaraan dalam pembuatan video iklan *Soft selling* Defreshco”.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah menyelesaikan proses pra- produksi, produksi, dan pasca produksi di skema yang telah penulis ambil. Dalam pengerjaan pengerjaan skema produksi dan penyusunan laporan, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak diantaranya :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S. Kom. M.Eng selaku kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar, dan memberikan saran yang membangun dalam bimbingan penulis.
5. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan motivasi bagi penulis untuk selalu maju dan menyelesaikan laporan skripsi.
6. Defreshco selaku mitra yang telah mengorganisir dan memfasilitasi segala kebutuhan penulis dan menjadi objek penelitian.
7. Agung Ahada dan Bagus Bondan selaku teman baik dan partner penelitian yang telah melakukan Produksi iklan terhadap Defreshco selama ini.
8. Hafizatul Hasanah yang selalu memberikan saya support dan motivasi

untuk terus mengerjakan skripsi saya.

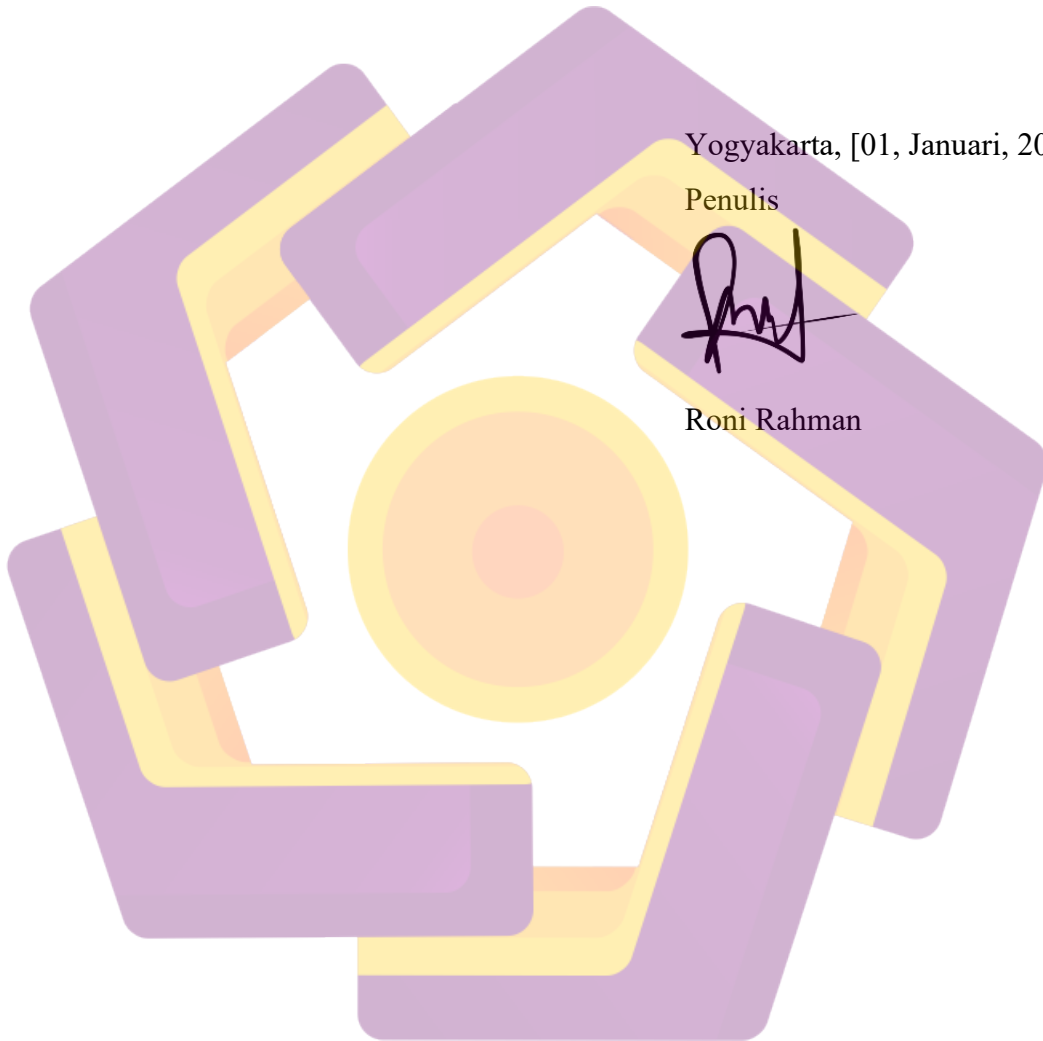
9. Teman-teman penulis (Farah, Fatur, Arif) dan yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu telah bersedia membantu dan memberi masukan selama pengerjaan skripsi yang dilakukan penulis.

Yogyakarta, [01, Januari, 2023]

Penulis



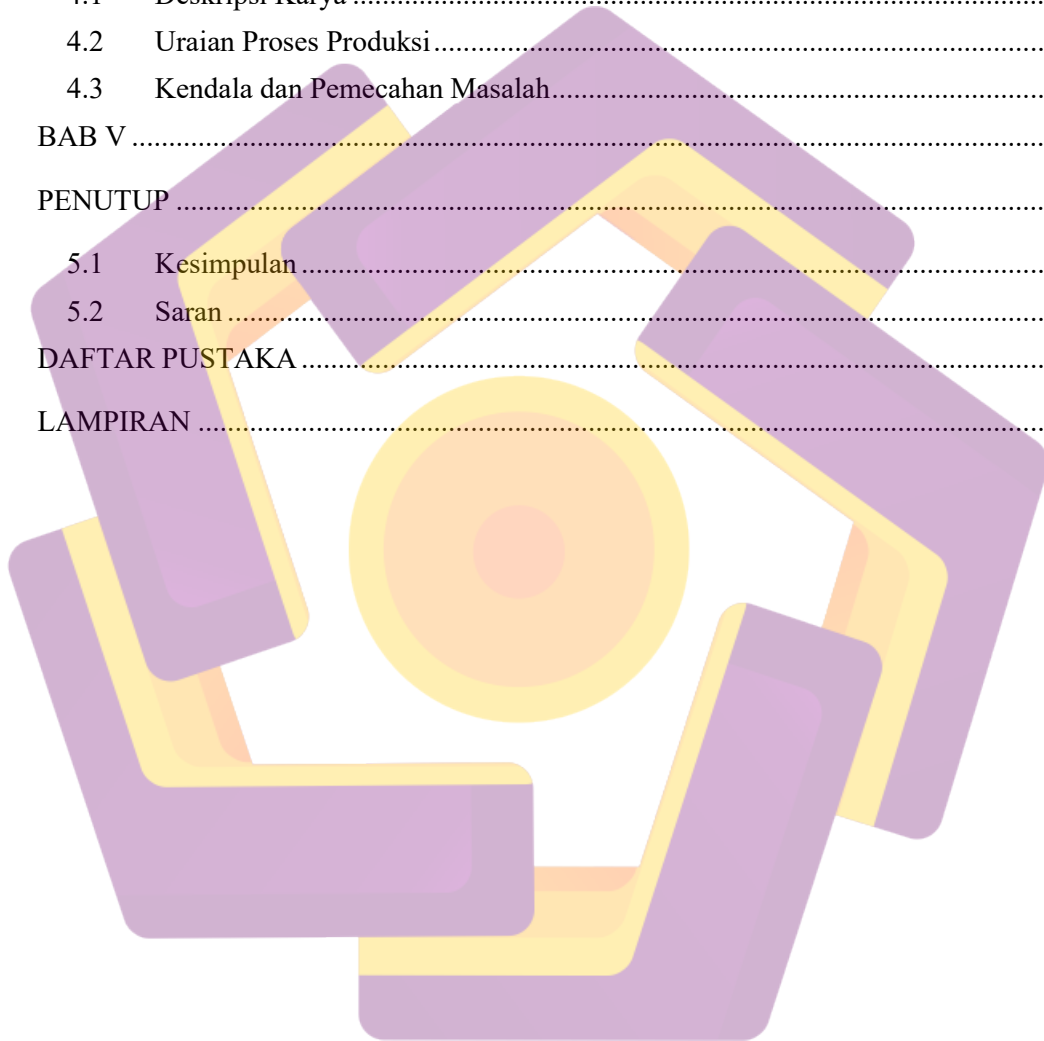
Roni Rahman



DAFTAR ISI

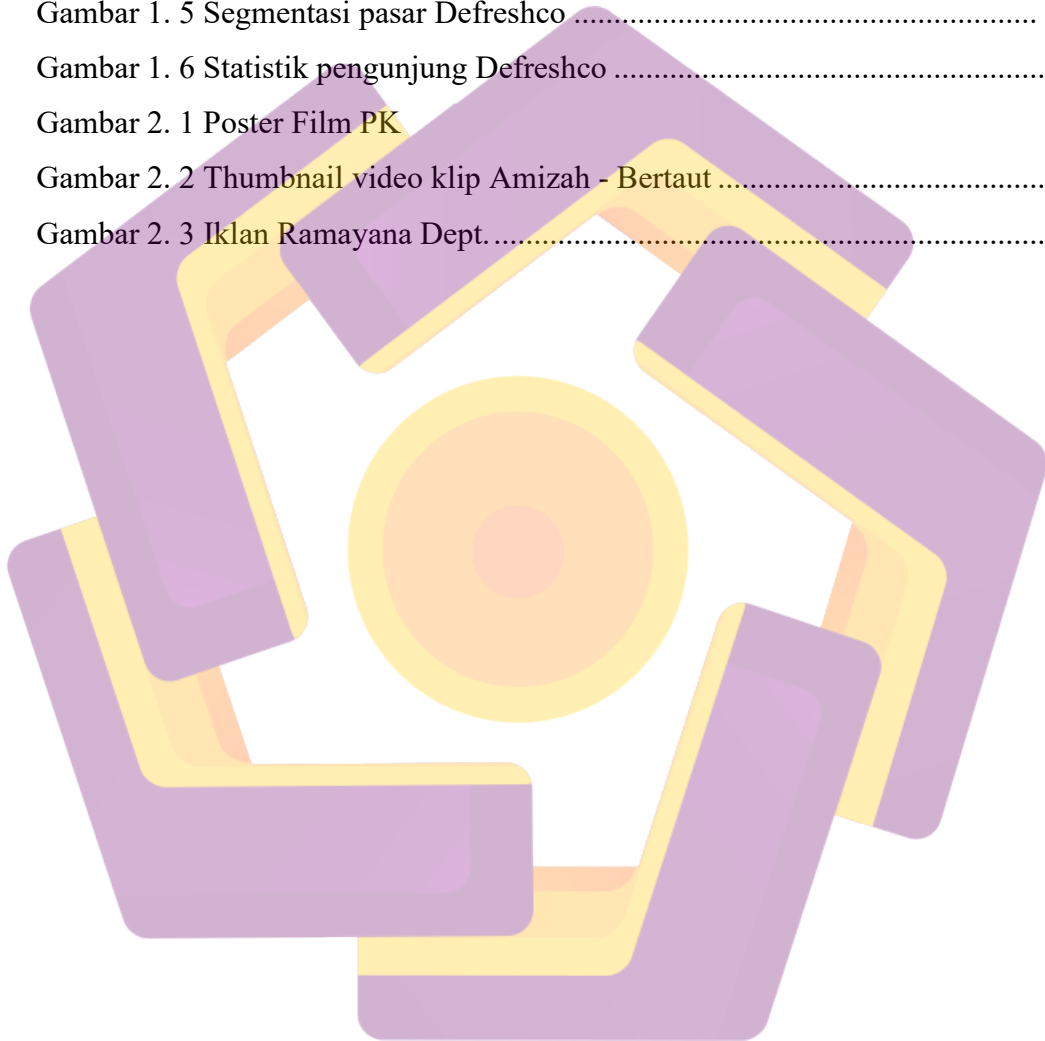
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan.....	15
1.4 Manfaat	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Karya referensi.....	16
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Iklan	20
2.2.2 <i>Soft selling</i>	21
2.2.3 Sutradara	23
BAB III	26
RENCANA PERANCANGAN	26
3.1 Gambaran Rancangan Karya	26
3.1.1 Judul Content dan Kategori Content Creator.....	26
3.1.2 Format Content	26
3.1.3 Format Media.....	27
3.1.4 Volume Konten.....	27

3.1.5	Target Audience.....	27
3.1.6	Periode Content.....	28
3.2	Gambaran Isi Pesan	29
BAB IV	30
ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI		30
4.1	Deskripsi Karya	30
4.2	Uraian Proses Produksi.....	32
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah.....	36
BAB V	37
PENUTUP		37
5.1	Kesimpulan	37
5.2	Saran	37
DAFTAR PUSTAKA		39
LAMPIRAN		41



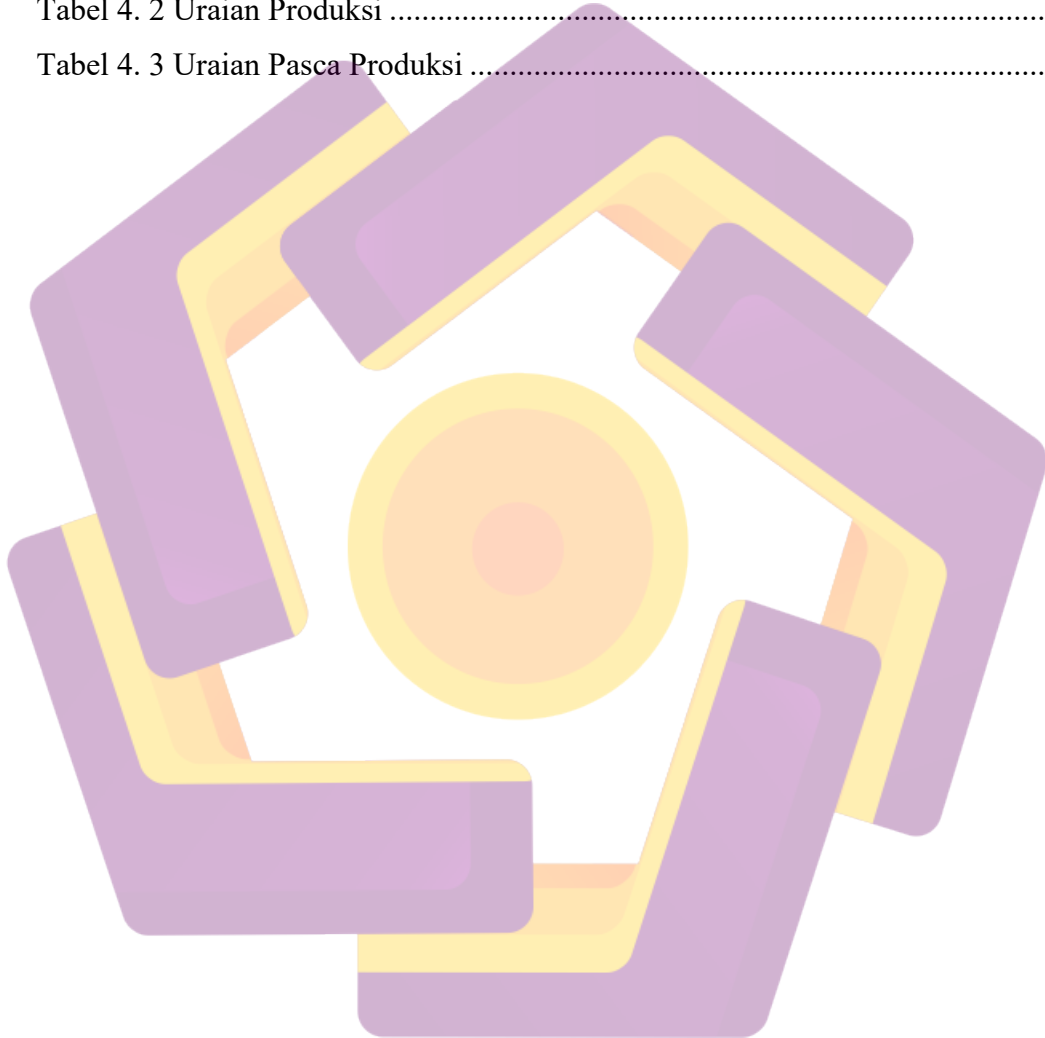
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik jumlah peningkatan UMKM di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Statistik Penghasil Kopi Terbesar di Dunia	3
Gambar 1. 3 Media sosial yang sering digunakan	6
Gambar 1. 4 Overview Advertising melalui media sosial Instagram	7
Gambar 1. 5 Segmentasi pasar Defreshco	10
Gambar 1. 6 Statistik pengunjung Defreshco	11
Gambar 2. 1 Poster Film PK	16
Gambar 2. 2 Thumbnail video klip Amizah - Bertaut	18
Gambar 2. 3 Iklan Ramayana Dept.	19



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase sektor UMKM di Yogyakarta	2
Tabel 2. 1 Tabel Referensi Karya.....	16
Tabel 3. 1 Target Audiens.....	28
Tabel 4. 1 Uraian Pra Produksi.....	33
Tabel 4. 2 Uraian Produksi	35
Tabel 4. 3 Uraian Pasca Produksi	35



ABSTRAK

Teknologi memfokuskan pemasaran untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mempromosikan produk bagi pelaku usaha untuk menarik minat dan perhatian konsumen. Tujuan sebuah promosi memperkenalkan suatu produk agar konsumen terpengaruh untuk membeli produk tersebut. Berbagai strategi diperlukan salah satunya dalam bentuk *Soft selling* sebagai metode iklan pada *coffee shop* di Yogyakarta yaitu Defreshco. Iklan yang dipaparkan merupakan iklan yang memberikan sebuah pesan tersirat dimana memperlihatkan sosok seorang Pemuda dan Bapak. Dimana dalam video tersebut memberikan sudut pandang terhadap “membantu atau menolong” orang lain yang kadang kala beberapa orang masih saja mengharapakan sesuatu dari bantuan yang sudah mereka berikan. Hasil akhir dari iklan *Soft selling* yang penulis buat bertujuan membangun *brand awareness* dari Defreshco. Sehingga dalam pembuatan iklan Defreshco dibutuhkannya peran sutradara, dalam mengubah alur cerita menjadi serangkain gambar yang akan dibentuk dalam visual.

Kata Kunci: *Soft selling*, Iklan, *brand awareness*, Sutradara

ABSTRACT

Technology focuses marketing to be more innovative and creative in promoting products for businesses to attract consumer interest and attention. The purpose of a promotion is to introduce a product so that consumers are influenced to buy the product. Various strategies are needed, one of which is in the form of Soft selling as an advertising method at a coffee shop in Yogyakarta, namely Defreshco. The advertisement presented is an advertisement that provides an implied message where it shows the figure of a young man and a father. Where in the video provides a point of view on "helping or helping" others that sometimes some people still expect something from the help they have given. The final result of the Soft selling advertisement that the author made aims to increase brand awareness of Defreshco. So that in making Defreshco advertisements, the role of the director is needed, in turning the storyline into a series of images that will be formed in visuals.

Keywords: *Soft selling*, Advertising, *brand awareness*, Director