

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERAN *EDITOR* 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 :
BAGUS BONDAN
18.96.0708

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 *EDITOR* 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:
Bagus Bondan
18.96.0708

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 : Bagus Bondan
NIM : 18.96.0708
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



Bagus Bondan
NIM 18.96.0708

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 *Editor* 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 Roni Rahman 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.

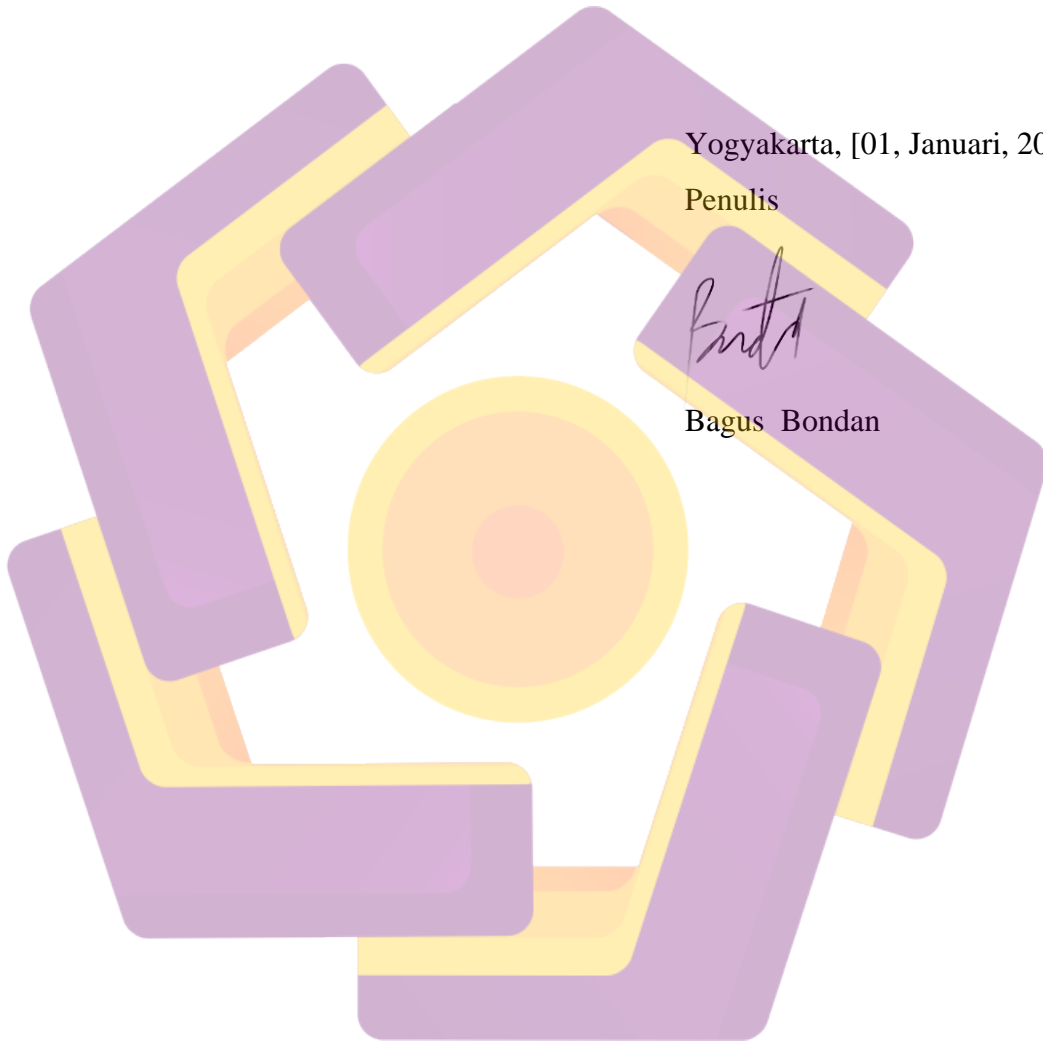
9. Teman-teman penulis (Farah, Fatur, Arif) dan yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu telah bersedia membantu dan memberi masukan selama pengerjaan skripsi yang dilakukan penulis.

Yogyakarta, [01, Januari, 2023]

Penulis



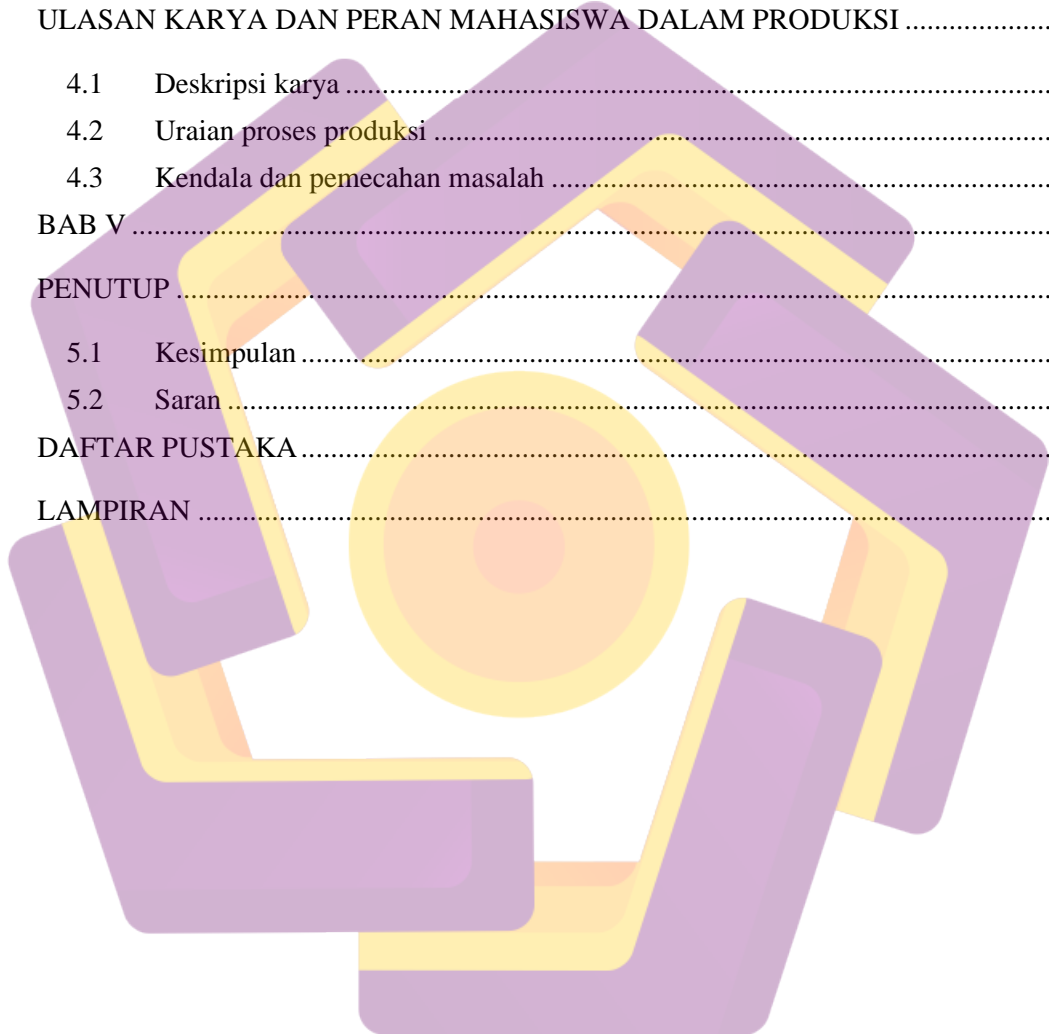
Bagus Bondan



DAFTAR ISI

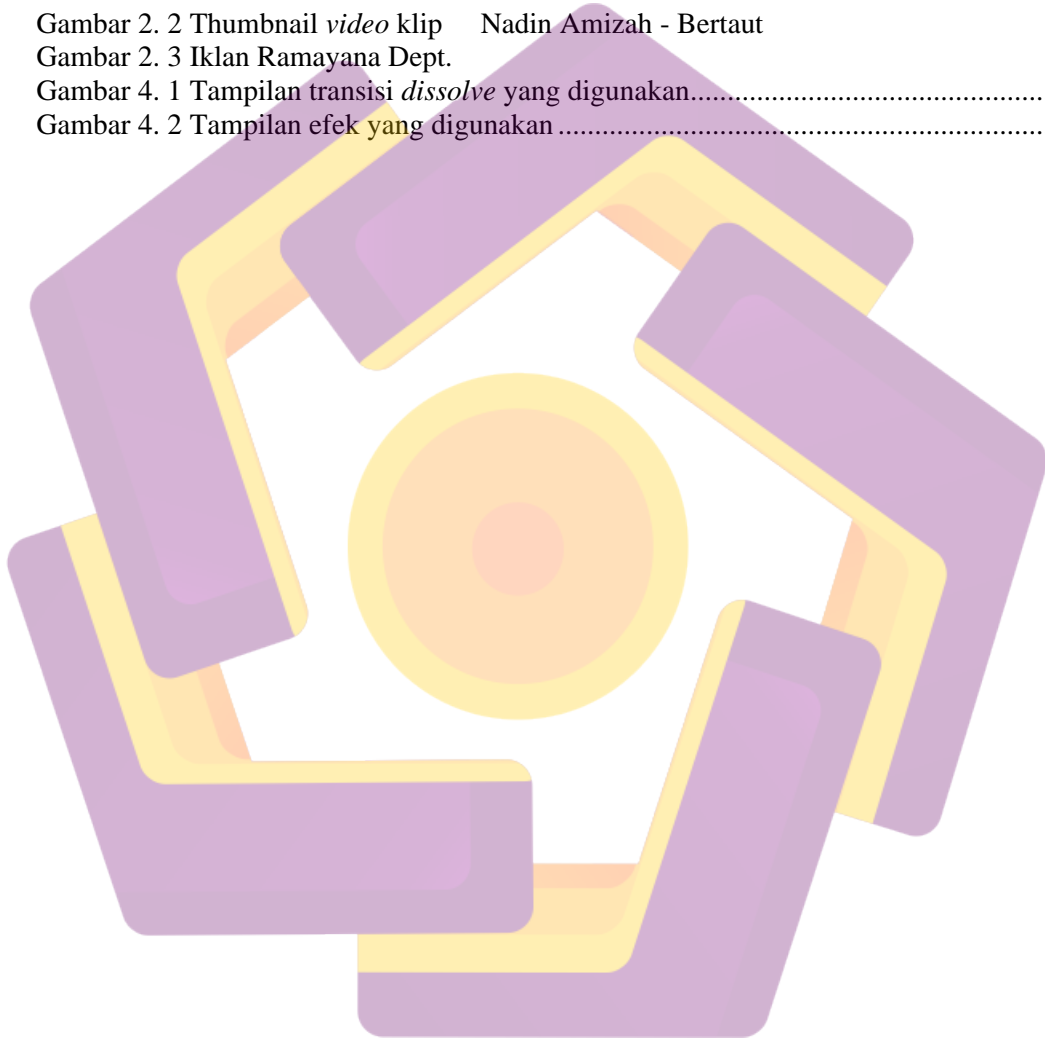
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	9
<i>ABSTRACT</i>	10
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan	14
1.4 Manfaat	14
1.4.1 Manfaat teoritis	14
1.4.2 Manfaat praktis	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Karya referensi.....	15
2.2 Landasan teori.....	19
2.2.1 Iklan	19
2.2.2 <i>Soft selling</i>	20
2.2.3 <i>Editor</i>	22
BAB III	29
RENCANA PERANCANGAN	29
3.1 Gambaran rancangan karya.....	29
3.1.1 Judul <i>content</i> dan kategori <i>content creator</i>	29
3.1.2 <i>Format content</i>	29

3.1.3	<i>Format media</i>	30
3.1.4	<i>Volume content</i>	30
3.1.5	<i>Target audiens</i>	30
3.1.6	<i>Periode content</i>	31
3.2	Gambaran isi pesan	32
BAB IV		33
ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI		33
4.1	Deskripsi karya	33
4.2	Uraian proses produksi	35
4.3	Kendala dan pemecahan masalah	39
BAB V		41
PENUTUP		41
5.1	Kesimpulan	41
5.2	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA		43
LAMPIRAN		45



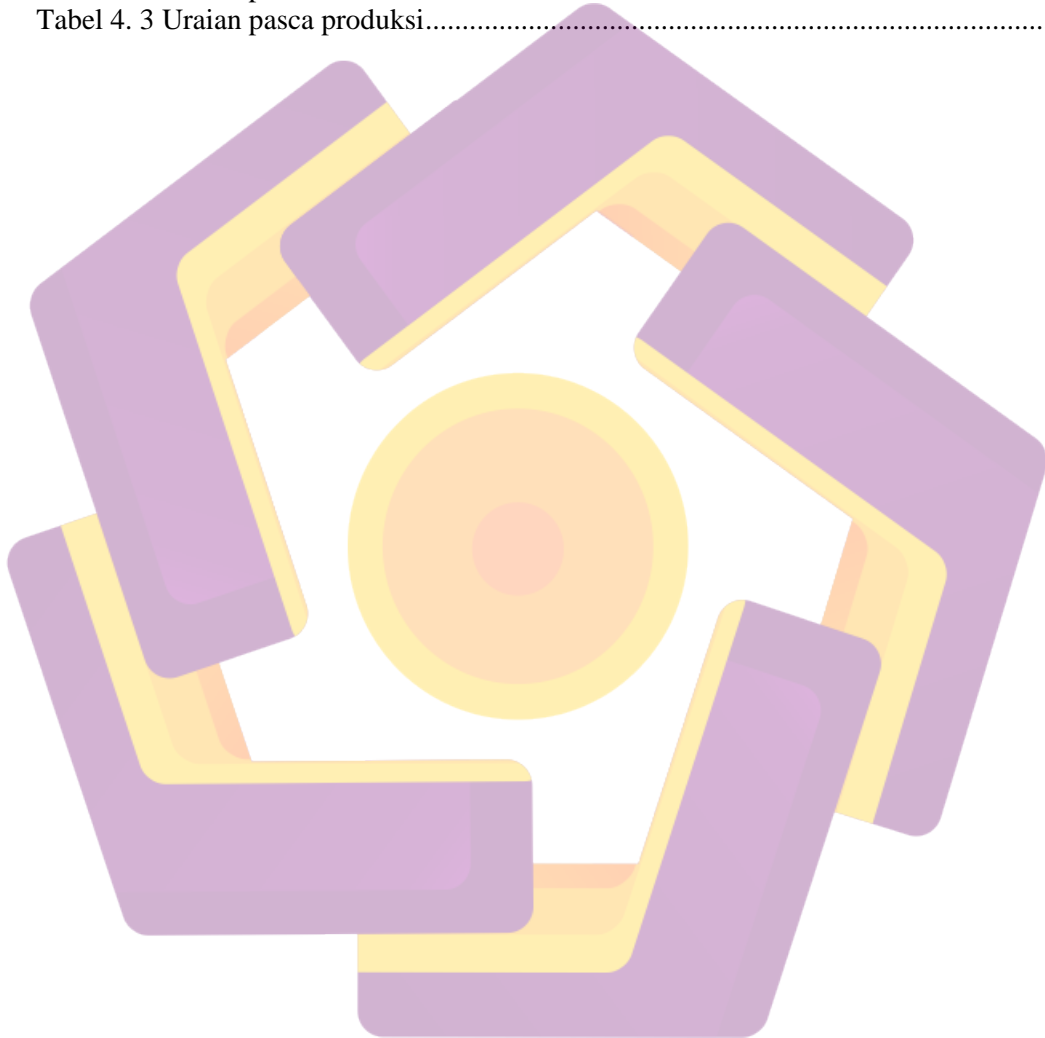
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik jumlah peningkatan UMKM di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Statistik penghasil kopi terbesar di dunia.....	3
Gambar 1. 3 <i>Media</i> sosial yang sering digunakan	6
Gambar 1. 4 <i>Overview advertising</i> melalui <i>media</i> sosial <i>Instagram</i>	7
Gambar 1. 5 Segmentasi pasar Defreshco	10
Gambar 1. 6 Statistik pengunjung Defreshco	11
Gambar 2. 1 Poster Film PK	15
Gambar 2. 2 Thumbnail <i>video</i> klip Nadin Amizah - Bertaut	17
Gambar 2. 3 Iklan Ramayana Dept.	18
Gambar 4. 1 Tampilan transisi <i>dissolve</i> yang digunakan.....	36
Gambar 4. 2 Tampilan efek yang digunakan	37



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase sektor UMKM di Yogyakarta	2
Tabel 2. 1 Tabel referensi karya	15
Tabel 3. 1 <i>Target</i> audiens	31
Tabel 4. 1 Uraian pra produksi	37
Tabel 4. 2 Uraian produksi	39
Tabel 4. 3 Uraian pasca produksi.....	39



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 menumbuhkan *brand awareness* dari Defreshco dan memahami pentingnya dan juga peran *editor* dalam menciptakan sebuah *audio visual* yang menarik dan penyampaian informasi yang kreatif pada sebuah iklan.

Kata Kunci: *Soft selling*, Iklan, Kesadaran Merek, *Editor*



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 giving help" to others that sometimes some people still expect something from the help they have given. The end result of the ad soft selling created by the author aims to grow brand awareness from Defreshco and understand its importance and role as an editor in creating an audiovisual , interesting and creative delivery of information in an advertisement.

Keywords: *Soft selling, Advertising, Brand awareness, Editor*

