

# **SKRIPSI**

## **SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

### ***WORKFLOW* PRODUSER PADA PRODUKSI IKLAN VIDEO PRODUK DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

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



**Oleh :**

Dewal Fauzi

18.96.0956

**Dosen Pembimbing:**

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

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**(2023)**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

***WORKFLOW* PODUSER PADA PRODUKSI IKLAN VIDEO  
PRODUK DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

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

Diajukan oleh:

**Dewal Fauzi**

**18.96.0956**

Menyetujui,

**Dosen Pembimbing**



**Riski Damastuti, S.Sos., M.A.**

**(NIK. 190302000)**

**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 : Dewal Fauzi

NIM : 18.96.0956

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 dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 21 Februari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Dewal Fauzi

NIM. 18.96.0956

## 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. 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 Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, dan waktunya dalam pembuatan skripsi.
5. PT. Ziniva Naturalisasi Beauti Selaku Pihak instansi
6. Bapak dan Ibu dosen selaku tim penguji yang telah memberikan masukan untuk sempurnanya penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Amikom.

8. Bapak Irwan Fauzi dan Ibu Enni Julianti selaku orang tua yang memberikan dukungan secara finansial dan moril, semangat, dan motivasi sehingga penulis mampu berjuang menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap anggota keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Shafa Aisyah yang selalu memberikan semangat motivasi dan menemani penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
11. Teman-teman saya Yovita, Ipul, Afdhal, Agung, Fajar, Beler yang selalu membantu, memberikan motivasi, dukungan moril, dan menemani penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
12. Teman-teman kost laundry spot yang membantu dan memberikan dukungan penulis selama penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 21 Februari 2023

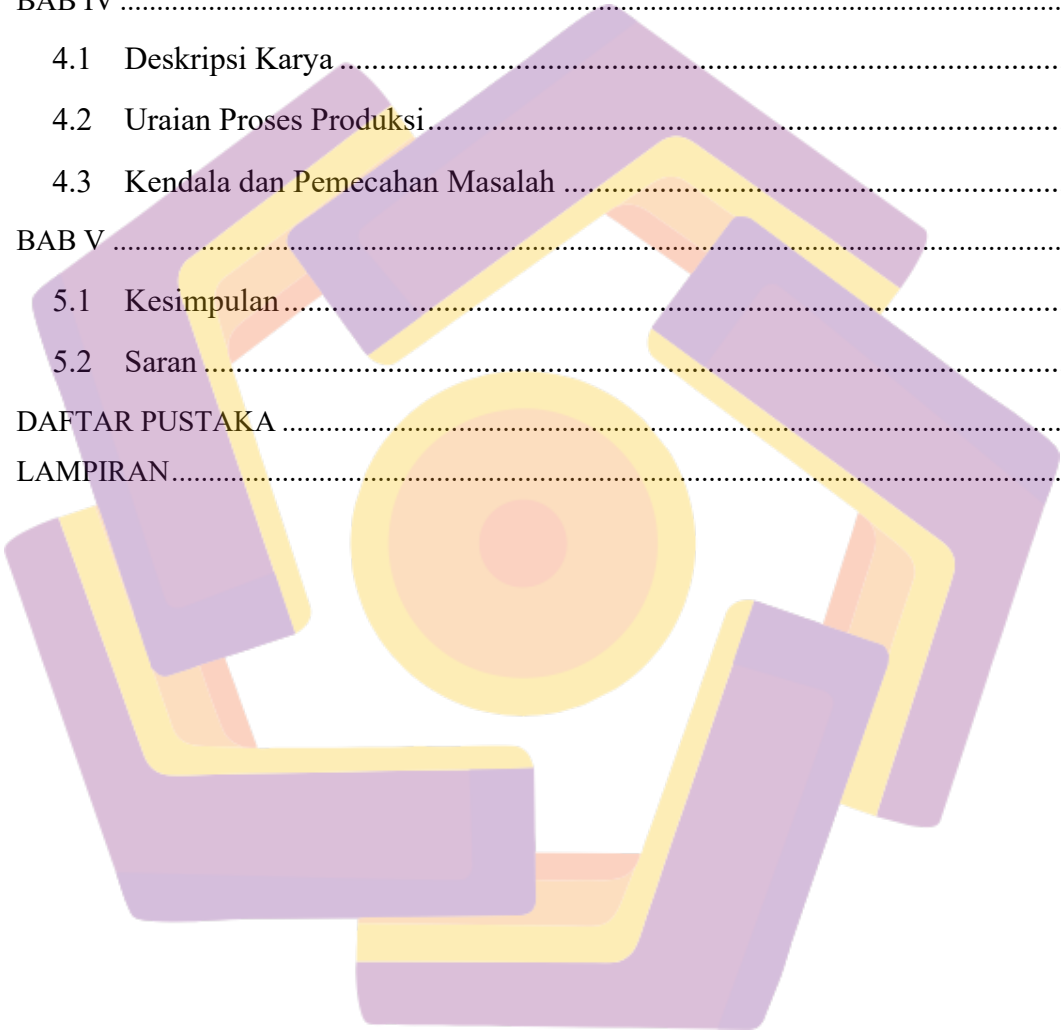


Dewal Fauzi

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat Pembuatan Karya .....	7
BAB II.....	8
2.1 Referensi Karya .....	8
2.1.1 Video Iklan Cremolab Mineral Treatment Essence .....	8
2.1.2 Video Iklan SKII #MyPITERAStory: TangWei’s iconic .....	9
2.1.3 Video Iklan Innisfree Jeju Orchid Enriched Cream featuring Im Yoon-ah .....	10
2.1.4 Short Movie Kamu Dia.....	11
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Brand Awareness .....	12
2.2.2 Sosial Media Marketing.....	14
2.2.3 Produser .....	17
BAB III .....	19
3.1 Gambaran Rancangan Karya .....	19
3.1.1 Judul Content dan Kategori Content Creator.....	19
3.1.2 Format Konten.....	20
3.1.3 Format Media.....	20

3.1.4	Volume Konten.....	21
3.1.5	Target Audiens.....	21
3.1.6	Periode Publikasi Konten.....	23
3.2	Gambaran Isi Pesan Karya.....	23
BAB IV	.....	25
4.1	Deskripsi Karya .....	25
4.2	Uraian Proses Produksi.....	27
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah .....	34
BAB V	.....	36
5.1	Kesimpulan.....	36
5.2	Saran .....	37
DAFTAR PUSTAKA	.....	38
LAMPIRAN	.....	40



## ABSTRAK

Pembuatan iklan audio visual yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* membutuhkan analisis yang bersinggungan dengan analisis *marketing*. Hasil yang diperoleh merupakan video yang mengajak audiens untuk berani tampil percaya diri dan video yang menjelaskan produk secara rasional. Dua jenis iklan yang diproduksi sebagai media promosi Ziniva memiliki cerita tentang seorang wanita yang merasakan kenyamanan ketika menggunakan produk Ziniva All-In-One dimana video ini didukung menggunakan video produk untuk menguatkan promosi Ziniva All-In-One. Penulis mencoba mewujudkan strategi peningkatan *brand awareness* Ziniva menggunakan dua jenis video yang saling mendorong agar Ziniva dapat dikenal dan diterima dimasyarakat.

**Kata Kunci:** Brand Awareness, Iklan, Marketing





## ABSTRACT

*Producing audio visual advertisements wich has to purpose to increase brand awareness requires analysis that intersects with marketing analysis. The results obtained are videos that invite the audience to dare to appear confident and videos that explain products rationally. Two types of advertisements produced as promotional media for Ziniva have a story about a woman who feels comfortable when using Ziniva All-In-One products where *this* video is supported using product videos to strengthen the promotion of Ziniva All-In-One. The author tries to realize the strategy of increasing Ziniva's brand awareness using two types of videos that encourage each other so that Ziniva can be known and accepted in the community.*

**Keywords:** *Brand Awareness, Advertising, Marketing*

