

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***  
**STRATEGI TIM KREATIF DALAM MENGOPTIMALKAN**  
***YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAHIKA AYU TEBING**  
**BREKSI YOGYAKARTA**

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

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh :**

Mukhtar Fatihul Huda  
19.96.1248

**Dosen Pembimbing:**

Zahrotus Sa'idah S.I.Kom., M.A

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
SKEMA ARTIS CONTENT CREATOR**

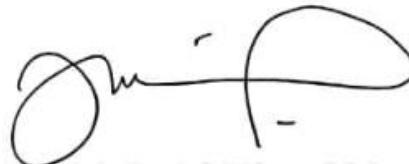
**STRATEGI TIM KREATIF DALAM MENGOPTIMALKAN  
YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAHIKA AYU TEBING  
BREKSI YOGYAKARTA**

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:  
**Mukhtar Fatihul Huda**  
19.96.1248

**Menyetujui,  
Dosen Pembimbing**



**Zahrotus Sai'dah S.I.Kom., M.A**  
(NIK. 190302448)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Komunikasi**



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

**Ketua Program Studi Ilmu**



**Erik Hadi Saputra, S.Kom.,**  
NIK. 190302107

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Mukhtar Fatihul Huda  
NIM : 19.96.1248  
Program Studi : S-1 Ilmu Komunikasi  
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, 29 Mei 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Mukhtar Fatihul Huda

19.96.1248

## 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 penulisan 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. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng ( Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Zahrotus Sai'dah, S.I.Kom., M.A (Dosen Pembimbing Skripsi)
5. Kedua orangtua yang telah memberikan segala dukungan moral maupun materil, serta terus mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh pihak (sahabat, teman, dan berbagai pihak) yang telah mendukung penulis selama ini.

Yogyakarta, 29 Mei 2023



Mukhtar Fatihul Huda

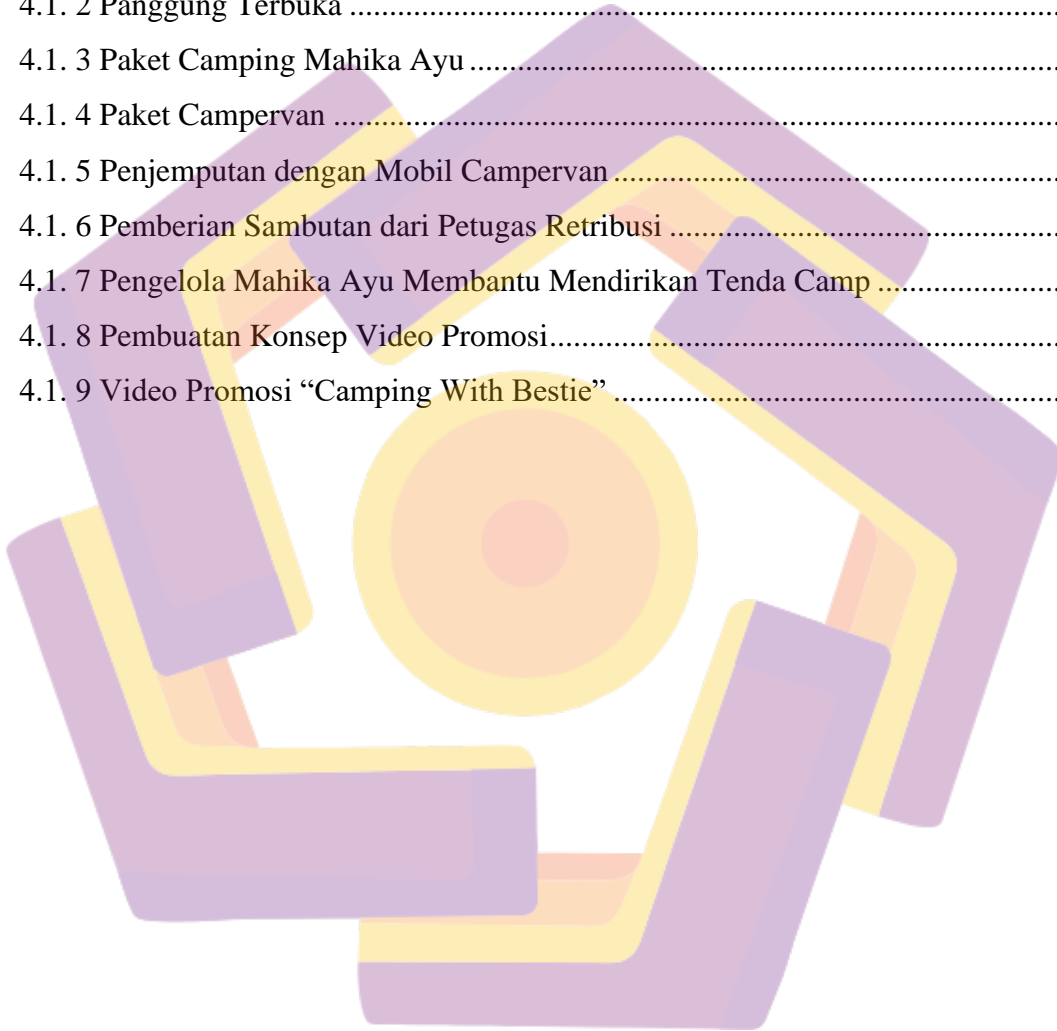
## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SKEMA ARTIS CONTENT CREATOR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
INTISARI .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Fokus Permasalahan.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penulisan .....	5
1.4 Manfaat Penulisan .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Referensi Karya.....	6
2.2 Landasan Teori .....	8

2.2.1	Bauran Pemasaran 7P .....	8
2.2.2	Media Promosi.....	10
<b>BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA.....</b>		<b>13</b>
3.1	Gambaran Rancangan Karya .....	13
3.1.1	Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Content Creator</i> .....	13
3.1.2	Format Konten.....	13
3.1.3	Format Media .....	13
3.1.4	Volume Konten .....	14
3.1.5	Target Audiens .....	14
3.1.6	Periode Publikasi Konten .....	14
3.2	Gambaran Isi Pesan Karya.....	15
<b>BAB IV ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI</b>		<b>16</b>
4.1	Deskripsi Karya.....	16
4.2	Uraian Proses Produksi .....	24
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah.....	27
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>28</b>
5.1	Kesimpulan .....	28
5.2	Saran .....	29
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>30</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>32</b>

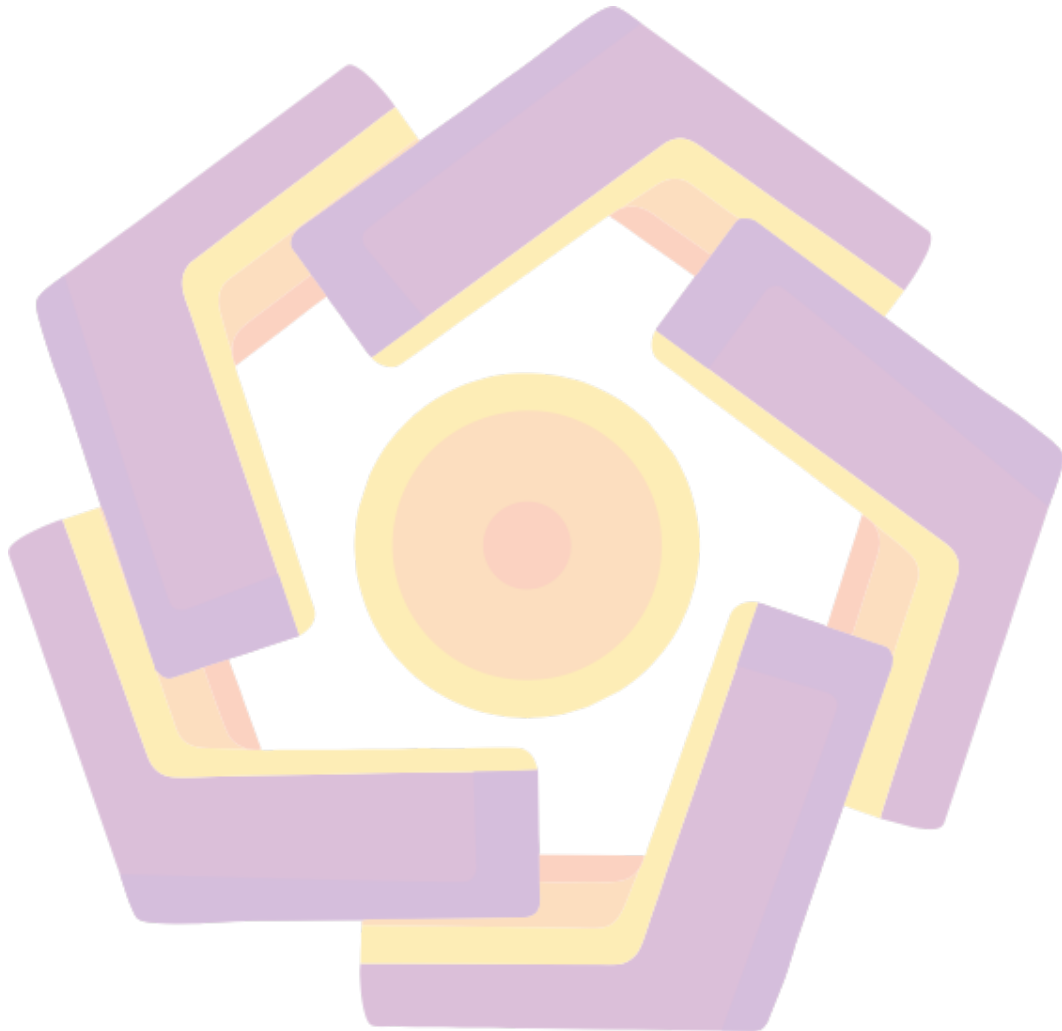
## DAFTAR GAMBAR

2.1. 1 Aku #RinduLabuanBajo, Pulau Surga di Timur Indonesia .....	6
2.1. 2 Jelajah Bersama Grab - Bali.....	7
4.1. 1 Keseluruhan Mahika Ayu .....	17
4.1. 2 Panggung Terbuka .....	17
4.1. 3 Paket Camping Mahika Ayu .....	18
4.1. 4 Paket Campervan .....	18
4.1. 5 Penjemputan dengan Mobil Campervan .....	20
4.1. 6 Pemberian Sambutan dari Petugas Retribusi .....	21
4.1. 7 Pengelola Mahika Ayu Membantu Mendirikan Tenda Camp .....	21
4.1. 8 Pembuatan Konsep Video Promosi.....	22
4.1. 9 Video Promosi “Camping With Bestie” .....	23



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.2. 1 Jobdesk Penulis Sebagai Tim Kreatif .....	25
--	----





## INTISARI

Hadirnya media digital dinilai penting dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media digital sangat berkontribusi dalam aktivitas promosi dalam berbagai sektor, terutama pada sektor pariwisata. Mahika Ayu merupakan salah satu spot yang berada di Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Namun, Mahika Ayu memiliki permasalahan yang kurang terekspose di media digital. Di sisi lain, kurangnya SDM yang dimiliki oleh pengelola Wisata Tebing Breksi juga merupakan salah satu faktor yang menjadikan Mahika Ayu kurang diketahui oleh masyarakat luas. Dari permasalahan tersebut, penulis yang tergabung dalam tim proyek komunikasi tertarik untuk membuat sebuah karya berupa video promosi dengan judul “*Camping With Bestie*”. Karya ini dikemas dalam sebuah video dengan menggunakan analisis teori bauran pemasaran 7p. Video promosi ini berdurasi 06.00 menit yang dipublish melalui platform YouTube @TebingBreksiOfficial. Pada video promosi ini, penulis ingin memperlihatkan mengenai keindahan alam yang ada pada spot Mahika Ayu. Selain itu, video ini juga menawarkan berbagai fasilitas yang ada di spot Mahika Ayu, salah satunya yakni paket *camping* dengan berbagai varian harga. Berdasarkan penulisan ini, dapat disimpulkan bahwa peran tim kreatif dalam manajemen produksi pembuatan video promosi itu sangatlah penting. Hal ini dikarenakan tim kreatif harus merancang konsep atau ide yang menarik agar dapat menarik daya tarik *audiens* yang menonton.

**Kata Kunci:** Media Digital, Promosi, Tim Kreatif, Mahika Ayu, Bauran Pemasaran

## **ABSTRACT**

*The presence of digital media is considered important in everyday life. The use of digital media greatly contributes to promotional activities in various sectors, especially in the tourism sector. Mahika Ayu is one of the spots in the Breksi Cliff Tourism, Yogyakarta. However, Mahika Ayu has problems that are not exposed enough in digital media. On the other hand, the lack of human resources owned by Breksi Cliff Tourism managers is also one of the factors that makes Mahika Ayu less well known to the wider community. From these problems, the authors who are members of the communication project team are interested in making a work in the form of a promotional video with the title "Camping With Bestie". This work is packaged in a video using the 7p marketing mix theory analysis. This promotional video is 06.00 minutes long which is published via the YouTube platform @TebingBreksiOfficial. In this promotional video, the author wants to show the natural beauty of the Mahika Ayu spot. Apart from that, this video also offers various facilities available at the Mahika Ayu spot, one of which is camping packages with various price variants. Based on this writing, it can be concluded that the role of the creative team in production management for making promotional videos is very important. This is because the creative team must design an interesting concept or idea so that it can attract the audience who watches it.*

**Keywords:** Digital Media, Promotion, Creative Team, Mahika Ayu, Marketing Mix