

**SKRIPSI**  
**SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

**PERAN PRODUSER 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 :**  
Agung Ahada 18.96.0679

**Dosen Pembimbing:**  
Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom

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

**2023**

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

**PERAN PRODUSER 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:  
**Agung Ahada**  
**18.96.0679**

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 : Agung Ahada  
NIM : 18.96.0679  
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, [02, Februari, 2023]

Yang Memberikan Pernyataan



Agung Ahada

NIM 18.96.0679

## 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). Dengan judul “Peran Produser Dalam Pembuatan Video Iklan *Soft Selling* Defreshco”

Selain itu, tersusunnya skripsi ini sebagai bukti bahwa penulis sudah selesai melakukan proses produksi. Dalam prosesnya, penulis mengalami berbagai kendala serta hambatan. Namun, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, diantaranya yaitu:

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. Defreshco selaku mitra yang telah mengkoorganisir dan memfasilitasi segala kebutuhan penulis dan menjadi objek penelitian.
6. Kedua Orang Tua yang dengan sabar telah memberikan motivasi dan memberikan tuntunan dalam penelitian selama ini.
7. Roni Rahman dan Bagus Bondan. Selaku teman baik dan partner penelitian yang telah melakukan Produksi iklan terhadap Defreshco selama ini.
8. Teman-teman penulis (Farah, Fatur, Arif) yang bersedia membantu dan memberi masukan selama pengerjaan skripsi yang dilakukan penulis.

Yogyakarta, [02, Februari, 2023]

Penulis

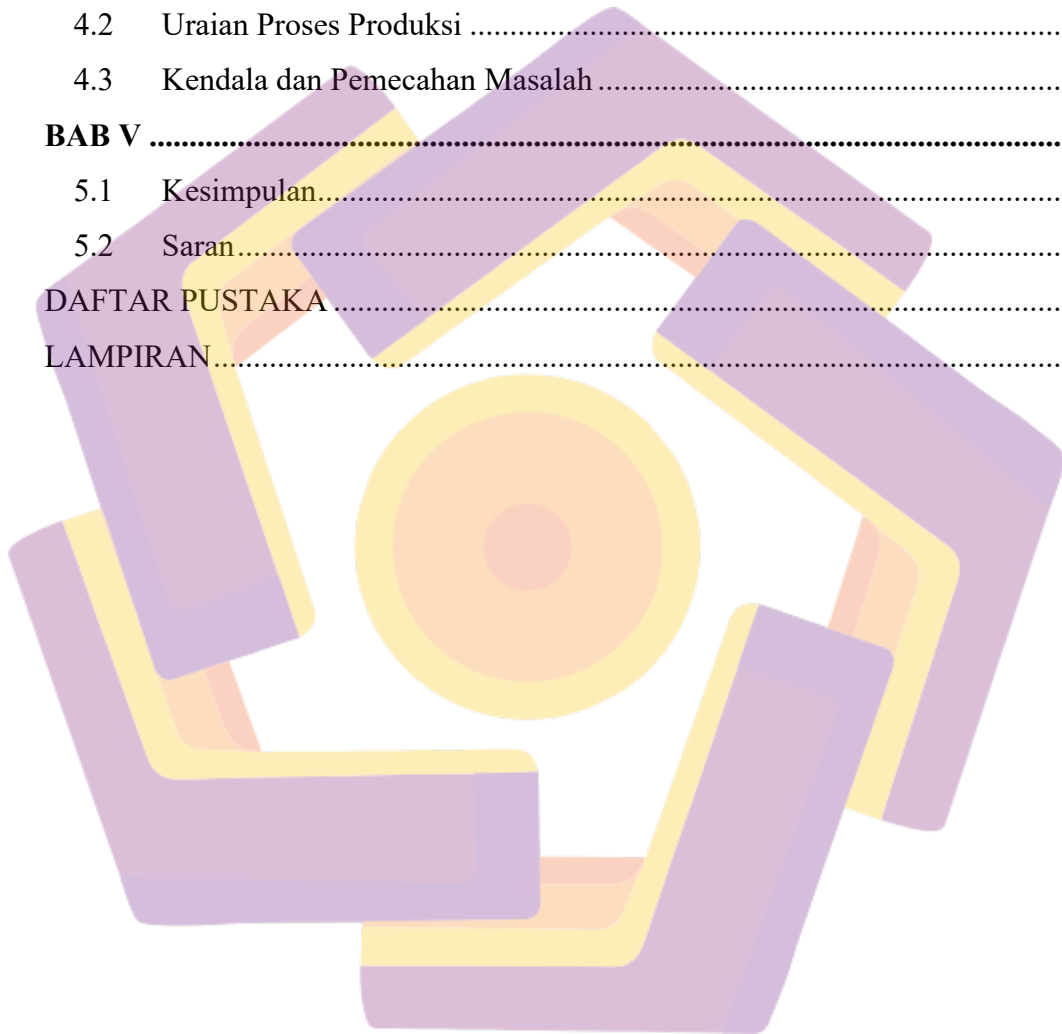


Agung Ahada

## DAFTAR ISI

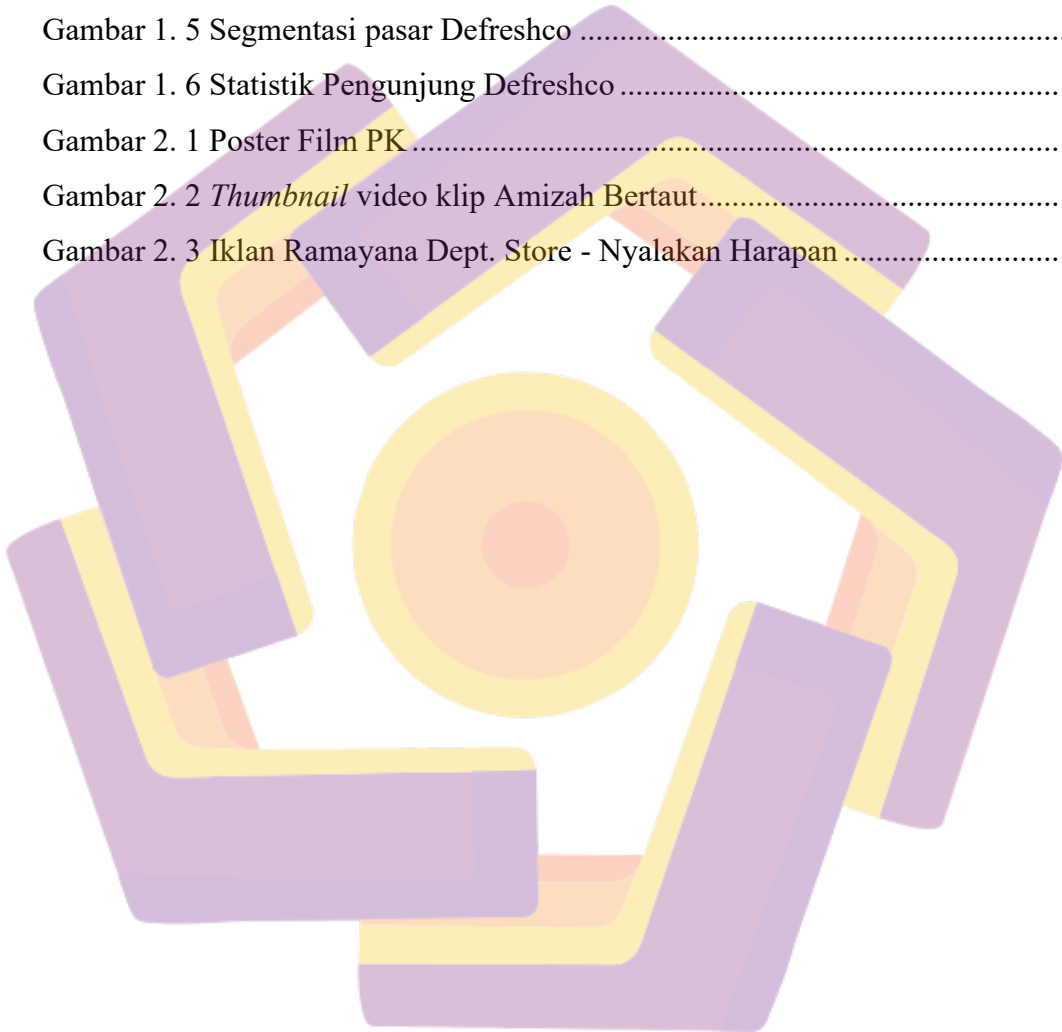
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penulisan .....	13
1.4 Manfaat.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
2.1 Karya Referensi.....	15
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Iklan .....	18
2.2.2 <i>Soft Selling</i> .....	20
2.2.3 Produser .....	21
<b>BAB III.....</b>	<b>25</b>
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	25
3.1.1 Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Content Creator</i> .....	25
3.1.2 Format Konten .....	25
3.1.3 Format Media.....	26
3.1.4 Volume Konten.....	26

3.1.5	Target <i>Audience</i> .....	26
3.1.6	Periode content.....	27
3.2	Gambaran Isi Pesan .....	28
<b>BAB IV</b>	.....	<b>29</b>
4.1	Deskripsi Karya.....	29
4.2	Uraian Proses Produksi .....	31
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah .....	35
<b>BAB V</b>	.....	<b>36</b>
5.1	Kesimpulan.....	36
5.2	Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	.....	38
LAMPIRAN	.....	41



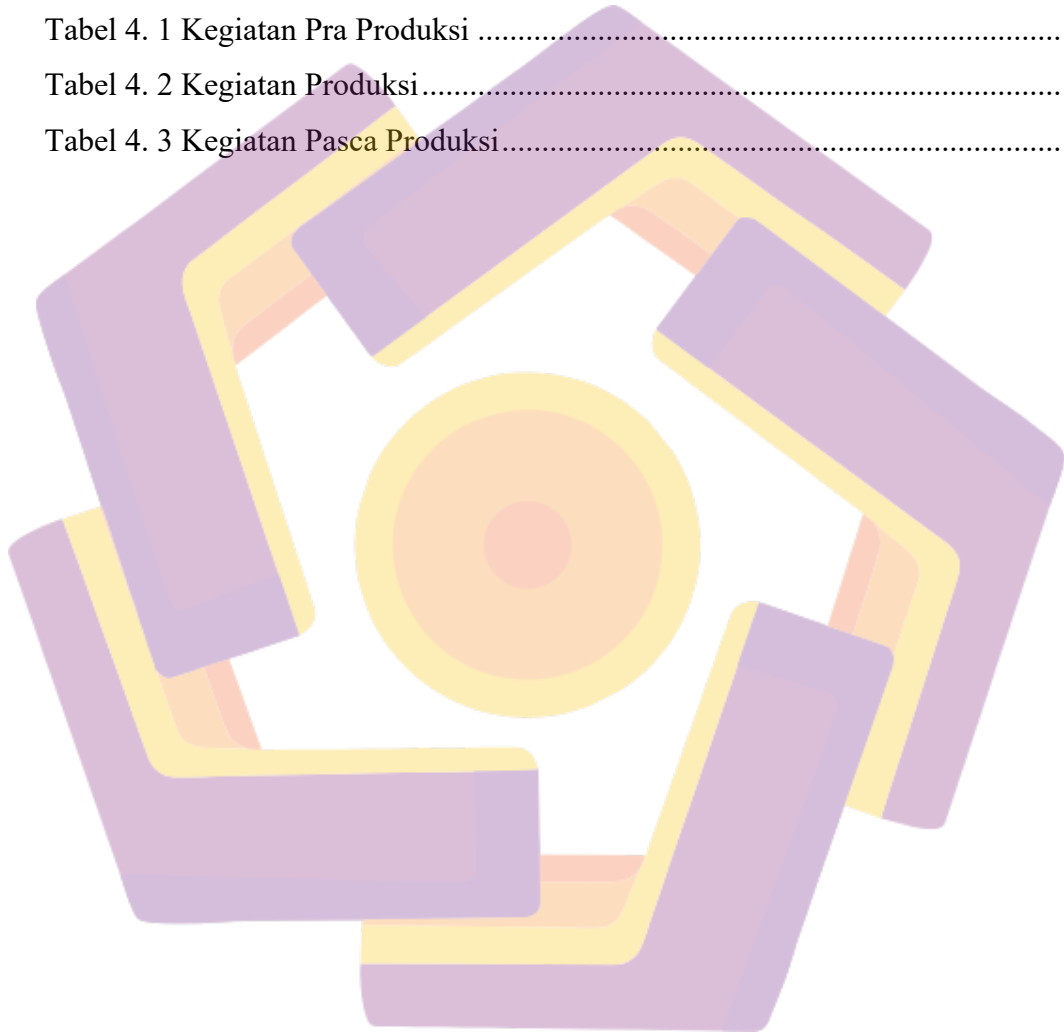
## DAFTAR GAMBAR

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.....	6
Gambar 1. 5 Segmentasi pasar Defreshco .....	9
Gambar 1. 6 Statistik Pengunjung Defreshco .....	10
Gambar 2. 1 Poster Film PK.....	15
Gambar 2. 2 <i>Thumbnail</i> video klip Amizah Bertaut.....	16
Gambar 2. 3 Iklan Ramayana Dept. Store - Nyalakan Harapan .....	17



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase sektor UMKM di Yogyakarta .....	2
Tabel 2. 1 Referensi Karya .....	15
Tabel 3. 1 Target Audience.....	27
Tabel 4. 1 Kegiatan Pra Produksi .....	33
Tabel 4. 2 Kegiatan Produksi.....	34
Tabel 4. 3 Kegiatan 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 mengharapkan sesuatu dari bantuan yang sudah mereka berikan. Hasil akhir dari iklan soft selling yang penulis buat bertujuan meningkatkan brand awareness dari Defreshco. Sehingga dalam pembuatan iklan Defreshco dibutuhkan peran produser sebagai orang yang bertanggung jawab atas manajemen sebuah produksi serta konsep iklan yang seperti apa yang ingin ditampilkan nantinya.

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



## **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. 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 final result of the soft selling advertisement that the author made aims to increase brand awareness of Defreshco. So that in making Defreshco ads, the role of director is needed, in turning the storyline into a series of images that will be formed in visuals.*

**Keywords:** *Soft selling, Advertising, Brand Awareness*

