

**PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN PESAN  
“LOVE YOURSELF” PADA IKLAN PARFUM LAIF ESSENTIALS**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**



**Disusun oleh:**

Jamus Izam Fakhri  
20.96.2049

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**TAHUN 2024**

**PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN PESAN “LOVE  
YOURSELF” PADA IKLAN PARFUM LAIF ESSENTIALS**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Jamus Izam Fakhri  
20.96.2049

**PROGRAM SARJANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN PESAN  
“LOVE YOURSELF” PADA IKLAN PARFUM LAIF ESSENTIALS**

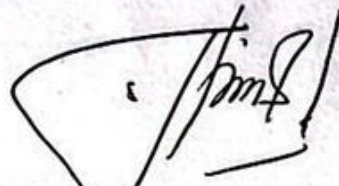
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Jamus Izam Fakhri  
NPM 20.96.2049

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 1 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



Erfina Nurussadiah, S.Kom.I., M.I.Kom.  
NIK. 190302361

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM MEREALISASIKAN PESAN “LOVE YOURSELF” PADA IKLAN PARFUM LAIF ESSENTIALS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Jamus Izam Fakhri  
20.96.2049

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 1 Juli 2024

**Nama Penguji**

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302444

Sheila Lestari Giza P., S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIK. 190302437

Dwi Pela Agustina, M.I.Kom., M.A  
NIK. 190302360

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(1 Juli 2024)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 1 Juli 2024



Jamus Izam Fakhri

NIM. 20.96.2049

## 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. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Prof. Erik Hadi Saputra, S. Kom., M.Eng., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi skema artis ini.
5. Bapak dan Ibu kedua orang tua, yang selalu memberi semangat dan doa kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ahmad Ridwan Ali Syahbana, selaku pemilik dari Laif Essentials yang sangat *support* kepada penulis dan tim dalam pelaksanaan tugas akhir ini.
7. Zaveska Fathia dan Nanda Aminurrahman, selaku teman satu tim penulis yang jika tidak ada mereka penulis tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang sudah membantu jalannya produksi berlangsung dan mau menjadi kru produksi.
9. *New Jeans & Blackpink*, yang lagu-lagunya selalu menemani penulis.

Yogyakarta, [1 Juli 2024]

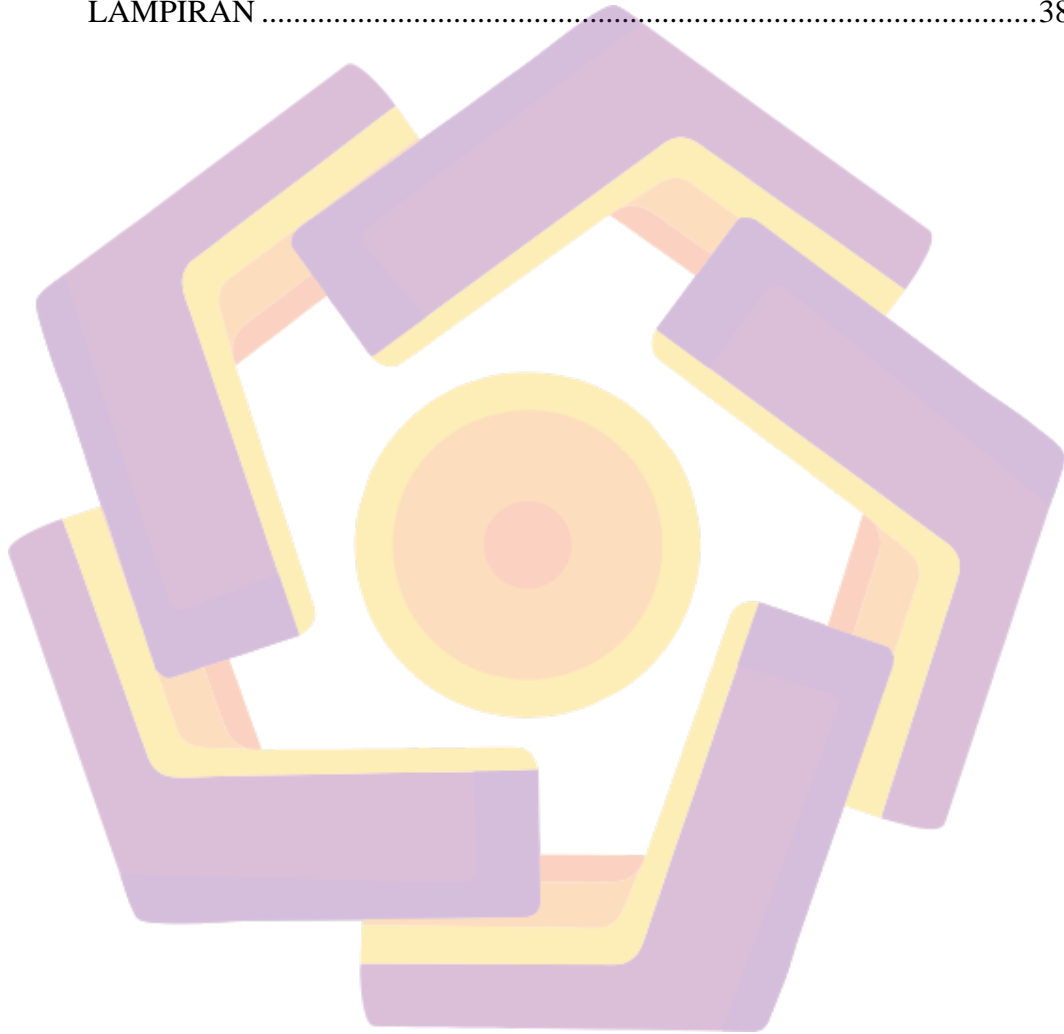


Jamus Izam Fakhri

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Peciptaan Karya.....	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Referensi Karya.....	9
2.2 Landasan Teori/ Konsep .....	11
2.2.1 Proses Kreatif.....	11
2.2.2 Iklan Komersial.....	12
2.2.3 <i>Love Yourself</i> .....	15
2.2.4 Peran Sutradara .....	16
BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA.....	19
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	19
3.1.1 Judul Konten & Kategori Konten .....	19
3.1.2 Format Konten .....	20
3.1.3 Durasi Konten .....	20
3.1.4 Format Media.....	21
3.1.5 Volume Konten .....	21
3.1.6 Target Audiens .....	21
3.1.7 Periode Publikasi Konten .....	22
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya .....	22
BAB IV Ulasan Karya & Peran Mahasiswa Dalam Produksi .....	23
4.1 Deskripsi Karya .....	23
4.2 Peran Sutradara dalam Produksi Karya .....	23
4.2.1 Pra Produksi .....	24

4.2.2 Produksi.....	27
4.2.3 Pasca Produksi.....	29
4.3 Uraian Proses Produksi .....	30
4.4 Uraian Kendala & Pemecahan Masalah.....	32
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>33</b>
5.1 Kesimpulan.....	33
5.2 Saran.....	33
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>35</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>38</b>





**DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Timeline Produksi .....30

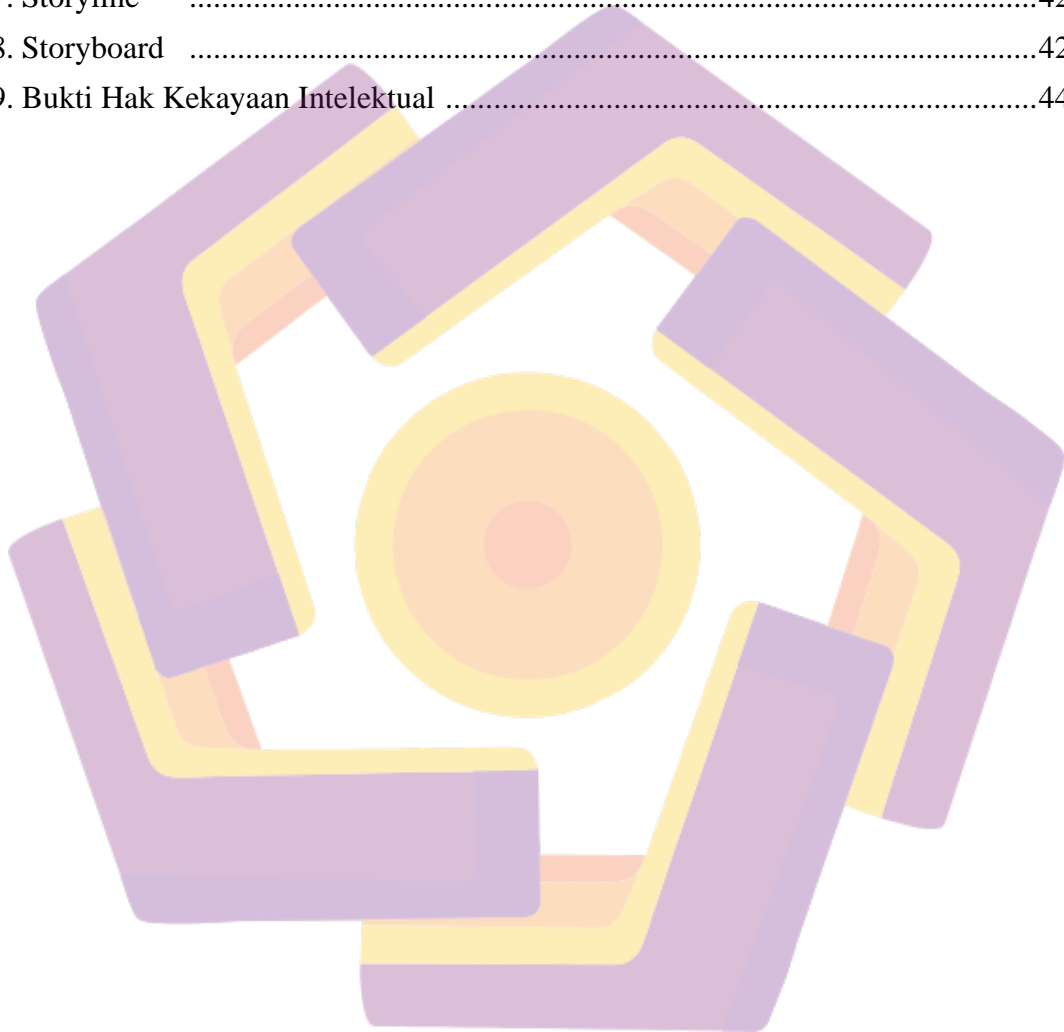


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Gojek Scene Mencari Parkiran .....	3
Gambar 1.2 Iklan Gojek Scene Rambu Penanda Parkiran.....	3
Gambar 1.3 Iklan Gojek Scene Mobil Masuk Foodcourt.....	4
Gambar 1.4 Instagram Laif Essentials.....	5
Gambar 1.5 Data Penjualan Laif Essentials Maret 2024.....	6
Gambar 2.1 Iklan Coke Deal Korea.....	9
Gambar 2.2 Iklan Alma Korea .....	10
Gambar 2.3 Iklan Parfum BOSS.....	10
Gambar 4.1 Diskusi Konsep Bersama Mitra Laif Essentials.....	25
Gambar 4.2 Storyboard.....	26
Gambar 4.3 Gambar Shooting di Set Lapangan Basket.....	27
Gambar 4.4 Proses Shooting di Set Kafe.....	28
Gambar 4.5 Proses Shooting di Set Kamar.....	28
Gambar 4.6 Proses Editing Iklan Laif Essentials.....	29
Gambar 4.7 Proses Editing Iklan Laif Essentials.....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya.....	38
Lampiran 2. Kebutuhan Peralatan & Properti .....	38
Lampiran 3. Timeline Kerja .....	39
Lampiran 4. Rancangan Anggaran .....	39
Lampiran 5. Dokumentasi .....	40
Lampiran 6. Surat Izin .....	41
Lampiran 7. Storyline .....	42
Lampiran 8. Storyboard .....	42
Lampiran 9. Bukti Hak Kekayaan Intelektual .....	44



## ABSTRAK

Laif Essentials adalah merek parfum baru asal Balikpapan, Kalimantan Timur yang didirikan pada tanggal 23 November 2023. Laif Essentials menggunakan sosial media untuk media promosi dari produknya. Tagline dari brand parfum Laif Essentials yakni “Elevate Your Everyday” yang memiliki makna agar pengguna parfum ini merasa lebih baik dan muncul rasa aman, karena dalam sebuah hubungan, pertumbuhan, termasuk mencintai, dimulai dengan mencintai diri sendiri. Sejalan dengan tagline yang diangkat oleh brand Laif Essentials itu sendiri, penulis mengusung pesan untuk para pembelinya agar bisa lebih mencintai diri sendiri atau *Love Yourself*. Karena dimulai dengan *Love Your Self* atau mencintai diri sendiri membuat seseorang mampu menghargai dirinya dan meningkatkan kepercayaan diri sehingga muncul rasa aman dan nyaman dalam mencintai diri sendiri maupun orang disekelilingnya. Pembuatan iklan komersial memerlukan proses kreatif guna menyampaikan makna dan pesan dari brand Laif Essentials kepada audiens. Berpikir kreatif diperlukan mulai dari komunikator yang harus mendesain pesannya, ahli iklan yang harus menata pesan verbal dan pesan grafis, sampai pimpinan masyarakat yang harus memberikan perspektif baru dalam mengatasi masalah sosial. Proses kreatif sutradara dalam karya ini berada di semua tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada pra produksi sutradara bertugas untuk membuat konsep, pada tahap produksi bertugas untuk mengarahkan aktor dan kru, sedangkan pada pasca produksi bertugas untuk memastikan editan sesuai dengan naskah. Hasil dari iklan komersial yang penulis dan tim buat seluruhnya berdurasi 44 detik, serta iklan tersebut juga digunakan oleh Laif Essentials sebagai video promosi yang ditayangkan pada media sosial Instagram dan Tiktok.

**Kata Kunci:** Laif Essentials, Parfum, Mencintai Diri Sendiri, Proses Kreatif, Sutradara

## **ABSTRACT**

*Laif Essentials is a new perfume brand from Balikpapan, East Kalimantan, that was founded on November 23, 2023. Laif Essentials uses social media to promote its products. The label of Laif Essentials is "Elevate Your Everyday," which means that the user of this perfume feels better and appears a sense of security because, in a relationship, growth, including loving, starts with loving himself. In line with the tagline raised by the Laif Essentials brand itself, the author sends a message for its buyers to be able to love themselves more, or Love Yourself. Because starting with Love Yourself or loving yourself makes one able to appreciate himself and increase confidence, so there appears to be a sense of safety and comfort in loving themselves and the people around them. Commercial advertising requires a creative process to convey the meaning and message of the Laif Essentials brand to the audience. Creative thinking is needed, ranging from the communicator who has to design the message, the advertiser who needs to organize the verbal message and the graphic message, to the public leader who must provide a new perspective in dealing with social problems. The creative process of the director in this work is in all stages of pre-production, production, and post-production. In pre-production the director is tasked with creating the concept; in the production stage, he is tasked with directing the actors and crew; and in post-production, he is to ensure the editing according to the script. The results of the commercial ads that the author and the team made were entirely 44 seconds long, and the ads were also used by Laif Essentials as promotional videos posted on Instagram and Tiktok social media.*

**Keywords:** *Laif Essentials, Perfume, Love Yourself, Creative Proses, Director*