

**PEMANFAATAN AI PADA DESAIN KONTEN
PROMOSI PRODUK FELICE**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Ma'ruf Sulkhannudin
NIM. 19.96.1463

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

**PEMANFAATAN AI PADA DESAIN KONTEN
PROMOSI PRODUK FELICE**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Ma'ruf Sulkhannudin
NIM. 19.96.1463

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

PEMANFAATAN AI PADA DESAIN KONTEN

PROMOSI PRODUK FELICE

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ma'ruf Sulkhannudin
NIM 19.96.1463

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Riva Agusta S.IP., M.A.
NIK. 190302319

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS
PEMANFAATAN AI PADA DESAIN KONTEN
PROMOSI PRODUK FELICE

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ma'ruf Sulkhannudin
NIM 19.96.1463

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Juli 2025

Nama Penguji

Bela Fataya Azmi, S.Kom.I., M.A.
NIK. 190302659

Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302477

Rivga Agusta, S.IP., M.A
NIK. 190302319

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(22 Juli 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
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, 12 Juni 2025



Ma'ruf Sulkhannudin

NIM. 19.96.1463

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemanfaatan AI Pada Desain Konten Promosi Produk Felice”. Skripsi ini 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 penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Dosen Pembimbing)
5. Kedua orang tua beserta keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman yang telah memotivasi dan menyemangati.
7. Dan lain-lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 12 Juni 2025



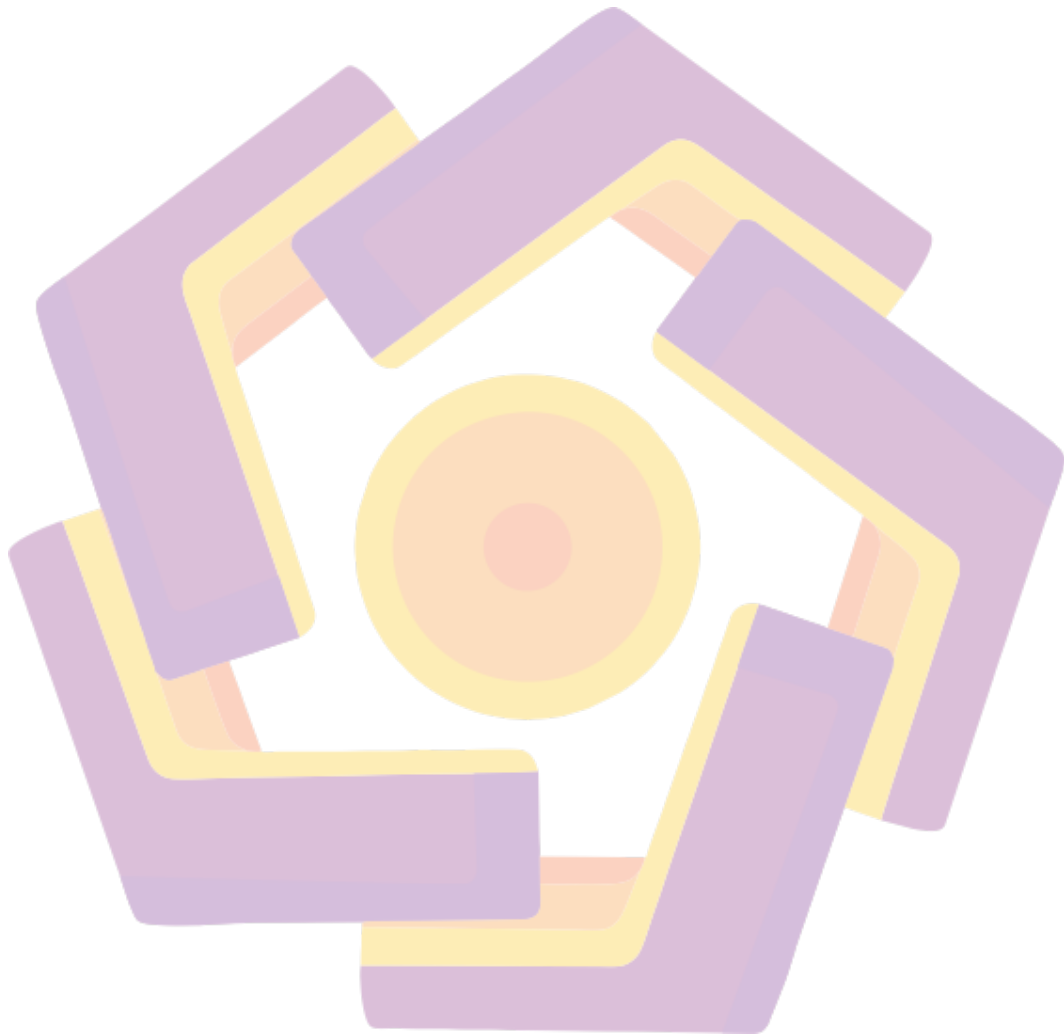
Ma'ruf Sulkhannudin

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Referensi Karya Sebelumnya	7
2.2 Landasan Teori	10
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA	14
3.1 Riset Dalam Pra Produksi	14
3.2 Deskripsi Karya	14
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	17
4.1 Deskripsi Karya	17
4.2 Uraian Pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> (AI)	18
4.3 Hasil Produksi	26
BAB V PENUTUP	30
5.1. Kesimpulan.....	30
5.2. Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	34

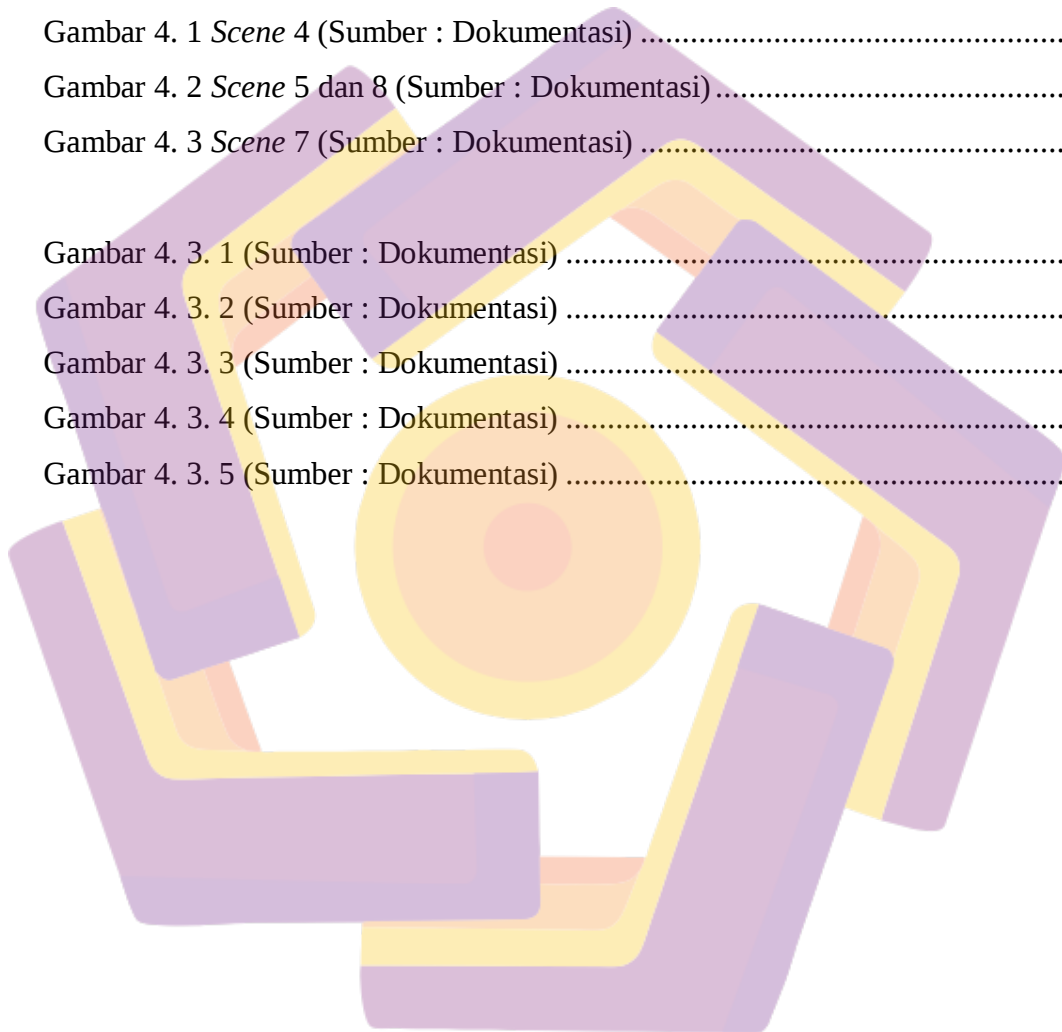
DAFTAR TABEL

Tabel 4. 2 Prompt AI yang digunakan dalam Produksi Video Iklan Felice	17
Tabel 4. 3 Uraian Pelaporan Peran <i>Content Creator</i>	20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 (Sumber : TikTok/@Xmas Star)	7
Gambar 2. 2 (Sumber : TikTok/@Mayumi9142).....	8
Gambar 2. 3 (Sumber : TikTok/@Aifashionandart).....	9
Gambar 4. 1 <i>Scene</i> 4 (Sumber : Dokumentasi)	23
Gambar 4. 2 <i>Scene</i> 5 dan 8 (Sumber : Dokumentasi)	24
Gambar 4. 3 <i>Scene</i> 7 (Sumber : Dokumentasi)	25
Gambar 4. 3. 1 (Sumber : Dokumentasi)	26
Gambar 4. 3. 2 (Sumber : Dokumentasi)	26
Gambar 4. 3. 3 (Sumber : Dokumentasi)	27
Gambar 4. 3. 4 (Sumber : Dokumentasi)	28
Gambar 4. 3. 5 (Sumber : Dokumentasi)	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran . 1 Tautan Karya	34
Lampiran . 2 Premis, Logline, Sinopsis	34
Lampiran . 3 Storyline	35
Lampiran . 4 Shot List.....	36
Lampiran . 5 Dokumentasi	37
Lampiran . 6 Sertifikat	41

ABSTRAK

Perkembangan era digital yang semakin pesat telah menciptakan peluang baru dalam strategi pemasaran, di mana *content creator* memegang peran yang sangat penting. Sebagai pembuat ide konten, kehadiran *content creator* tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi dan hiburan, tetapi juga menjadi penghubung yang efektif antara merek dan konsumen. Dalam konteks pelaku usaha UMKM seperti Felice, yang bergerak di bidang penjualan buket bunga, kehadiran *content creator* memberikan kontribusi signifikan dalam strategi promosi digital. *Content creator* tidak hanya berperan sebagai pembuat ide konten, tetapi juga membentuk opini publik, membangun kedekatan emosional dengan audiens, serta memengaruhi keputusan pembelian melalui konten visual yang menarik dan narasi yang menyentuh. Di sisi lain, hadirnya *Artificial Intelligence* (AI) semakin memperkuat peran *content creator* dengan menyediakan berbagai fitur pendukung dalam pembuatan konten visual yang cepat, profesional, dan sesuai dengan preferensi pasar. Kolaborasi antara *content creator* dan teknologi AI menjadi strategi yang efektif dan efisien bagi UMKM seperti Felice dalam menciptakan promosi digital yang inovatif dan kompetitif. Dengan demikian, keduanya berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai promosi produk buket bunga Felice di media sosial secara lebih efisien dan berdaya saing.

Kata kunci: *Content Creator*, *Artificial Intelligence* (AI), Promosi Digital, Buket Bunga Felice.

ABSTRACT

The rapid development of the digital era has created new opportunities in marketing strategies, in which content creators play a crucial role. As content creators, they not only serve as information and entertainment providers but also as effective liaisons between brands and consumers. For MSMEs like Felice, which sells flower bouquets, the presence of content creators significantly contributes to digital promotional strategies. Content creators not only generate content ideas but also shape public opinion, build emotional bonds with audiences, and influence purchasing decisions through engaging visual content and compelling narratives. Furthermore, the advent of Artificial Intelligence (AI) further strengthens the role of content creators by providing various supporting features for creating visual content that is fast, professional, and tailored to market preferences. Collaboration between content creators and AI technology is an effective and efficient strategy for MSMEs like Felice in creating innovative and competitive digital promotions. Thus, both play a crucial role in expanding market reach and enhancing the promotional value of Felice's flower bouquets on social media in a more efficient and competitive manner.

Keywords: Content Creator, Artificial Intelligence (AI), Digital Promotion, Felice Flower Bouquet.