

**SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PROMOSI BERBASIS AI UNTUK TELAGA
FRESH AIR ISI ULANG**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Binawan Ciptama
NIM. 18.96.0566

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

**SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PROMOSI BERBASIS AI UNTUK TELAGA
FRESH AIR ISI ULANG**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar sarjana
pada program studi ilmu komunikasi



Binawan Ciptama
NIM. 18.96.0566

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

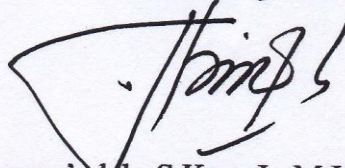
LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS
SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PROMOSI BERBASIS AI UNTUK
TELAGA FRESH AIR ISI ULANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Binawan Ciptama
18.96.0566

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 29 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Erfina Nurussa'adah, S.Kom.I., M.I.Kom
NIK. 190302361

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PROMOSI BERBASIS AI UNTUK
TELAGA FRESH AIR ISI ULANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Binawan Ciptama
18.96.0566

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 29 Juli 2025

Nama Penguji

Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 190302485

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

Erfina Nurussa'adah, S.Kom.I., M.I.Kom.
NIK. 190302361

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(29 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, 29 Juli 2025



Binawan Ciptama

18.96.0566

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PROMOSI BERBASIS AI UNTUK TELAGA FRESH AIR ISI ULANG” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi karya ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan skripsi karya. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat sampai dititik ini.
2. Kedua orang tua, Ayah Sucipto dan Ibu Siti Binarti yang selalu memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini dan selalu mendoakan saya agar selalu diberi kelancaran dalam segala urusan.
3. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
5. Rivga Agusta, S.IP, M.A (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta).
6. Ibu Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu mengingatkan saya dan sabar untuk menjawab semua pertanyaan yang sering saya tanyakan serta memberikan bimbingan, motivasi, saran serta arahan.

7. Terimakasih kepada teman-teman saya baik yang di jogja atau yang sudah tidak berada di jogja lagi dan sudah menjalani kehidupannya masing-masing serta teman-teman saya yang sering mengajak saya naik gunung, main ps, dan sering mengingatkan saya supaya cepat menyelesaikan skripsi.
8. Tidak lupa tim bola kesayangan Manchester United yang banyak sekali mengajarkan saya arti kesabaran.
9. Telaga Fresh yang telah memberikan izin untuk menjadi mitra dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Terakhir terimakasih untuk diri saya sendiri karena telah mampu untuk berusaha dan memperbaiki satu persatu kesalahan yang sudah saya lakukan, terimakasih sudah bertahan sejauh ini.

Yogyakarta, 21 Juli 2025

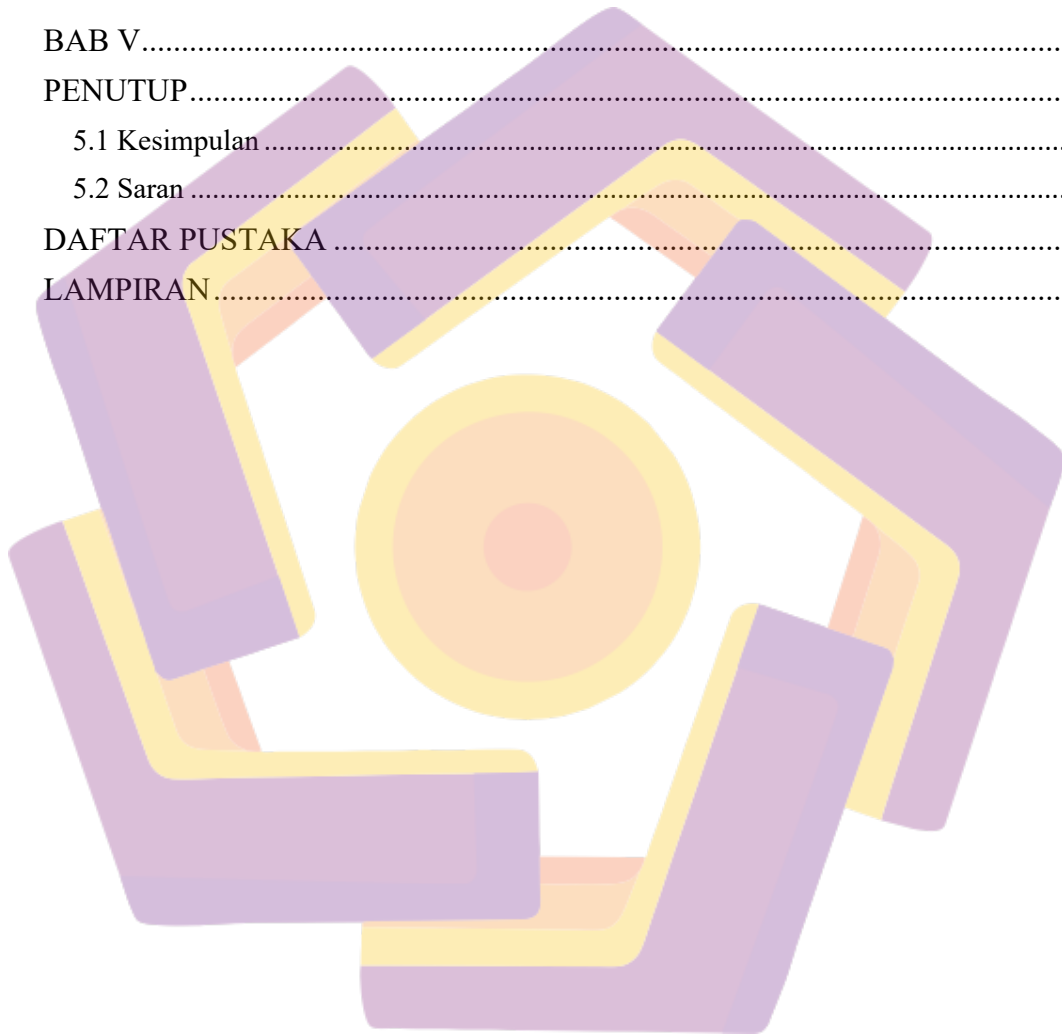


Binawan Ciptama

DAFTAR ISI

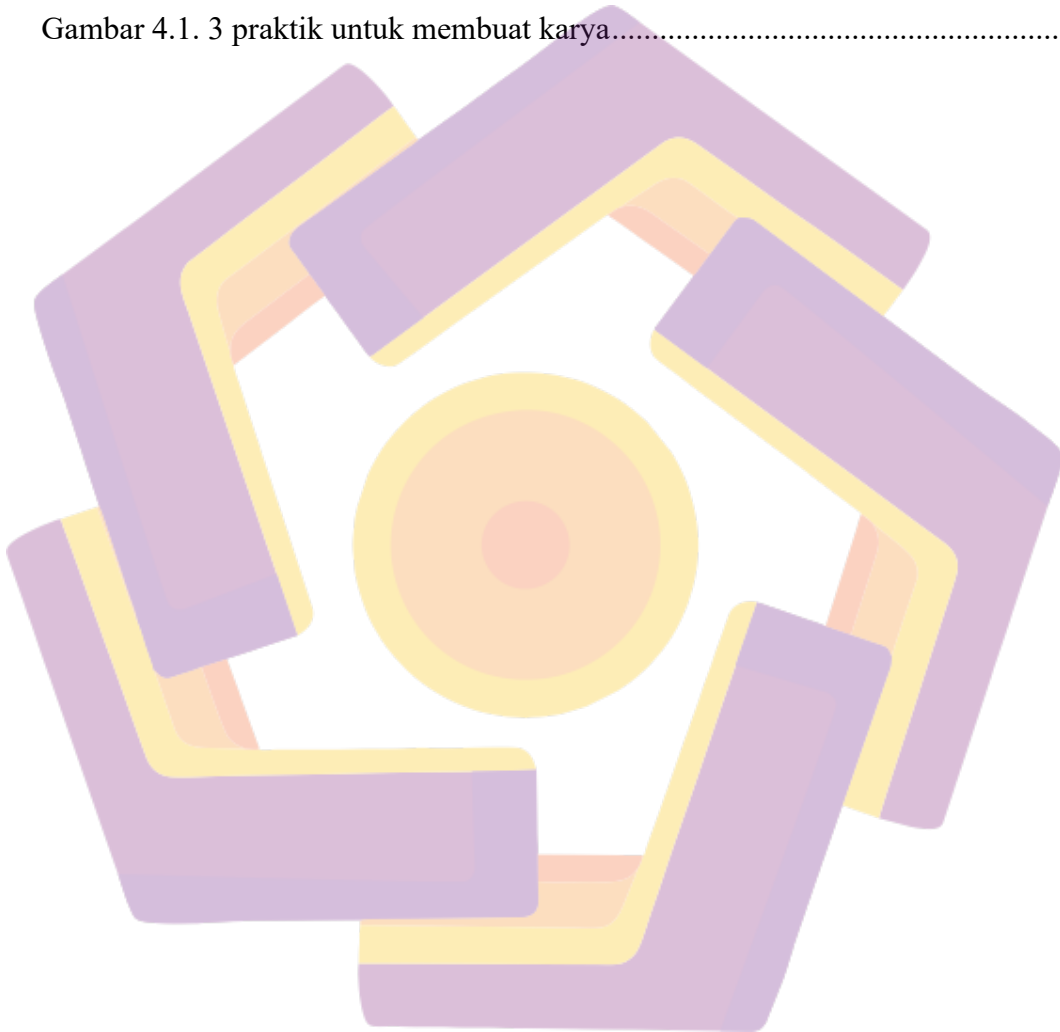
SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PROMOSI BERBASIS AI UNTUK TELAGA FRESH AIR ISI ULANG	i
SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PROMOSI BERBASIS AI UNTUK TELAGA FRESH AIR ISI ULANG	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya.....	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya	2
BAB II.....	4
TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Referensi Karya Sebelumnya.....	4
2.1.1 Video Promosi AI ar.shop123.....	4
2.1.2 Video Promosi Ajie F. Diningrat	4
2.1.3 Video Promosi GEMINI VEO3.....	5
2.2. Landasan Teori/ Konsep	5
2.2.1 Proses kreatif.....	5
2.2.2 Promosi	6
2.2.3 Video Promosi AI	6
BAB III	8
METODE PEMBUATAN KARYA	8
3.1. Riset dalam pra produksi.....	8
3.2. Deskripsi Karya	9
3.2.1 Format Konten	9
3.2.2 Format Media.....	9
3.2.3 Isi Pesan Karya	10

3.2.4 Target Audiens.....	10
BAB IV	11
PEMBAHASAN HASIL KARYA	11
4.1 Pembahasan.....	11
4.1.1 Persiapan	11
4.1.2 Inkubasi.....	17
4.1.3 Iluminasi	18
4.1.4 Verifikasi.....	19
BAB V.....	20
PENUTUP.....	20
5.1 Kesimpulan	20
5.2 Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	22
LAMPIRAN.....	23



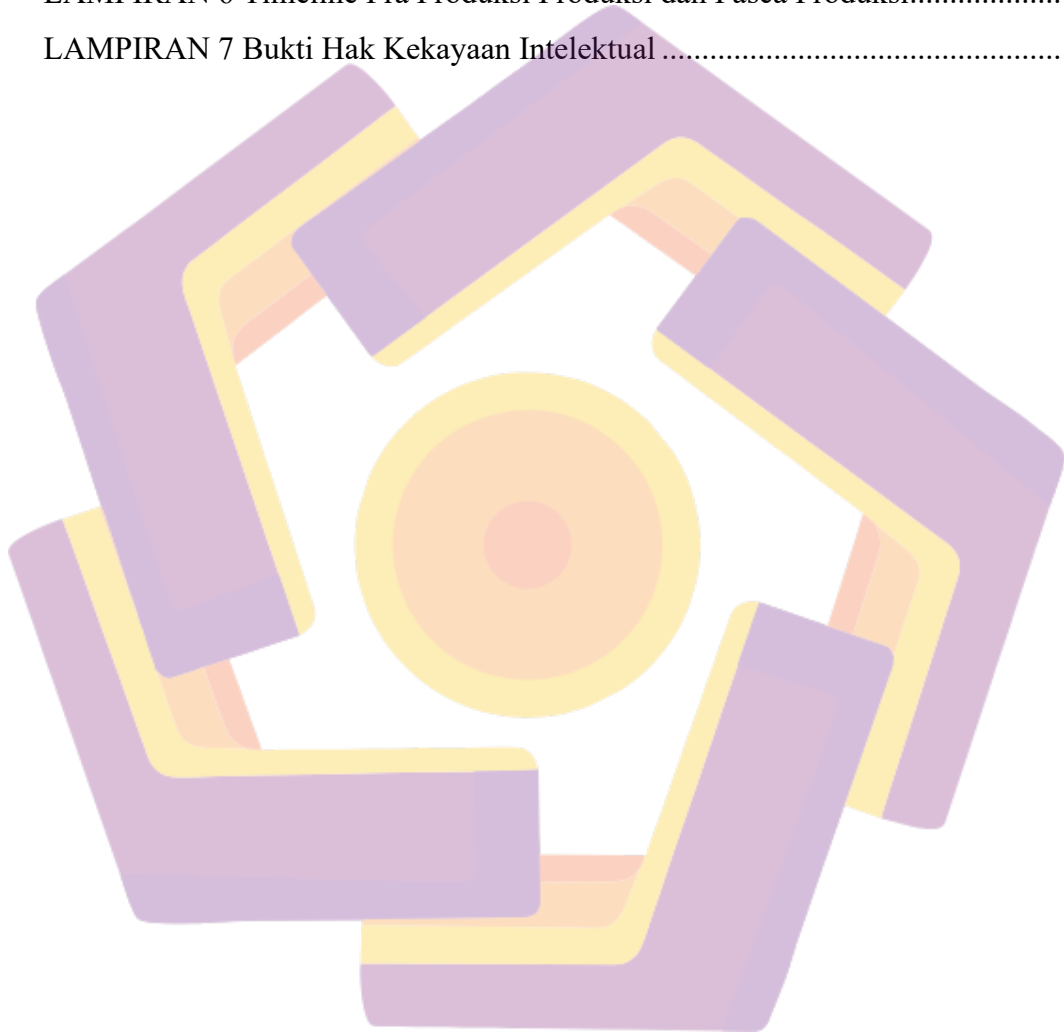
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. 1 Contoh Video Iklan Menggunakan AI.....	4
Gambar 2.1. 2 Contoh video iklan menggunakan AI.....	4
Gambar 2.1. 3 Contoh Pembuatan Video Promosi AI.....	5
Gambar 4.1. 1 Proses membuat prompt perintah Gemini AI.....	17
Gambar 4.1. 2 Scrolling TikTok untuk refreshing dan mencari ide karya	18
Gambar 4.1. 3 praktik untuk membuat karya.....	18



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Tautan Karya	23
LAMPIRAN 2 Premis, Logline, Synopsis	23
LAMPIRAN 3 Naskah	24
LAMPIRAN 4 Kebutuhan Peralatan dan Properti	26
LAMPIRAN 5 Daftar Kru dan Penjelasan Job Desk Secara Singkat	26
LAMPIRAN 6 Timeline Pra Produksi Produksi dan Pasca Produksi	26
LAMPIRAN 7 Bukti Hak Kekayaan Intelektual	29



ABSTRACT

In this digital age, Artificial Intelligence AI powered promotional videos are proving to be a highly effective and efficient marketing strategy for introducing products like Telaga Fresh Refillable Water. This method enables broad audience reach and optimal product exposure without incurring high production costs. The resulting promotional videos not only highlight product advantages but are also designed to forge a strong emotional connection with consumers, thereby shaping and influencing their brand perception. AI plays a crucial role in this process, for example, by analyzing potential buyers' preferences to recommend more personalized and relevant visuals and narratives. Furthermore, AI also enhances production efficiency, accelerating the creation of initial teasers and innovative storyboards. By blending compelling visual elements, immersive audio, and persuasive narration, these videos successfully boost brand awareness and drive significant purchase intent. In conclusion, the creation of AI-supported promotional videos is a marketing strategy that is not only effective but also crucial for introducing products like Telaga Fresh Refillable Water, making it a very powerful tool in today's competitive modern marketing mix.

Keywords: Refillable Water, AI Promotional Video, Creative, Modern Marketing.



ABSTRAK

Di era digital ini, video promosi berbasis Kecerdasan Buatan AI menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif dan efisien untuk memperkenalkan produk seperti Telaga Fresh Air Isi Ulang. Metode ini memungkinkan penjangkauan audiens yang luas dan pengenalan produk secara optimal tanpa membebani biaya produksi. Video promosi yang dihasilkan tidak hanya menonjolkan keunggulan produk, tetapi juga dirancang untuk menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan konsumen, sehingga dapat membentuk dan memengaruhi persepsi mereka terhadap merek. AI berperan penting dalam hal ini, misalnya dengan menganalisis preferensi calon pembeli untuk merekomendasikan visual dan narasi yang lebih personal dan relevan. Selain itu, AI juga meningkatkan efisiensi produksi, mempercepat pembuatan teaser awal dan storyboard yang inovatif. Dengan memadukan elemen visual yang menarik, audio yang imersif, dan narasi yang persuasif, video ini berhasil meningkatkan kesadaran merek dan mendorong minat beli yang signifikan. Kesimpulannya, pembuatan video promosi yang didukung AI adalah strategi pemasaran yang tidak hanya efektif, tetapi juga krusial dalam memperkenalkan produk seperti Telaga Fresh Air Isi Ulang, menjadikannya alat yang sangat ampuh dalam bauran pemasaran modern yang kompetitif.

Kata Kunci : Air Isi Ulang, Video Promosi AI, Kreatif, Pemasaran Modern.