

**PRODUKSI KONTEN PROMOSI UMKM FN PRODUCTION DENGAN
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AI
SKRIPSI SKEMA ARTIS**



Disusun oleh:

Agung Saputra

18.96.0899

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

**PRODUKSI KONTEN PROMOSI UMKM FN PRODUCTION DENGAN
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AI
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Agung Saputra

18.96.0899

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

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

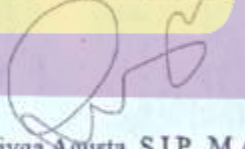
**PRODUKSI KONTEN PROMOSI UMKM FN PRODUCTION DENGAN
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AI**
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Agung Saputra

18.96.0899

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada

Dosen Pembimbing


Rivga Augusta, S.I.P., M.A.

NIK 190302319

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PRODUKSI KONTEN PROMOSI UMKM FN PRODUCTION DENGAN
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Agung Saputra

18.96.0899

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 22 Juli 2025

Nama Penguji

Tanda Tangan

Erfina Nurussa' Adah, S.Kom.I., M.I.Kom.

NIK. 190302361

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.

NIK. 190302476

Rivga Agusta, S.I.P., M.A.

NIK. 190302319

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

25 Agustus 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, 17 Agustus 2025



Agung Saputra

NIM. 18.96.0899

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. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rivga Agusta, S.I.P., M.A. selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan dan bimbingannya.
4. Orang tua dan saudara yang senantiasa memberikan doa dan motivasi bagi penulis.

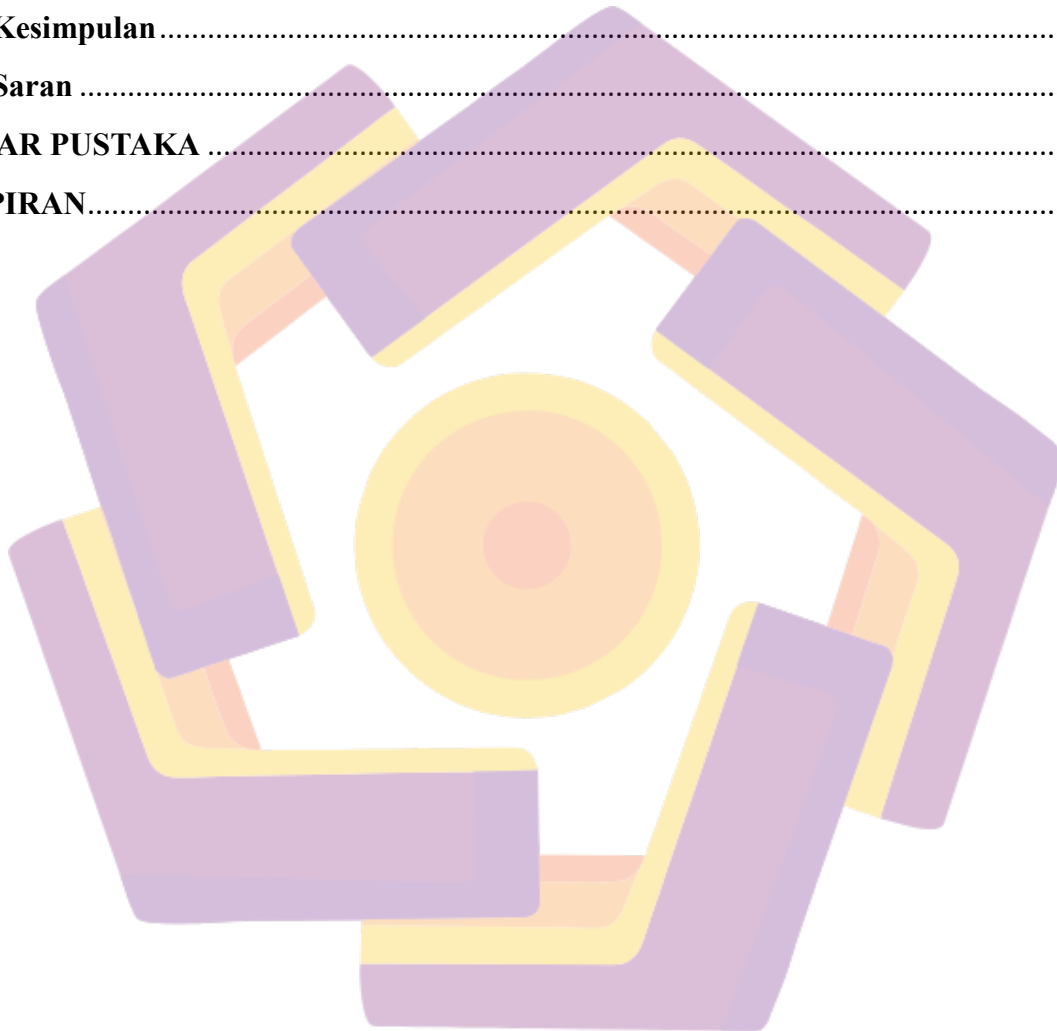
Yogyakarta, 17 Agustus 2025

Agung Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Referensi Karya Sebelumnya.....	5
2.1.1 Referensi Jurnal	5
2.2 Landasan Teori Konsep.....	6
2.2.1 Teori Pemasaran	6
2.2.2 Teori Media Sosial	6
2.2.3 Teknologi AI	7
BAB III.....	8
METODE PEMBUATAN KARYA	8
3.1 Riset dalam Pra Produksi	8
3.2 Deskripsi Karya	8
3.2.1 Format Media.....	8
3.2.2 Durasi Karya	8
3.2.3 Isi Pesan Karya	8
3.2.4 Target Audiens	9
BAB IV	10
PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	10
4.1 Deskripsi Karya	11

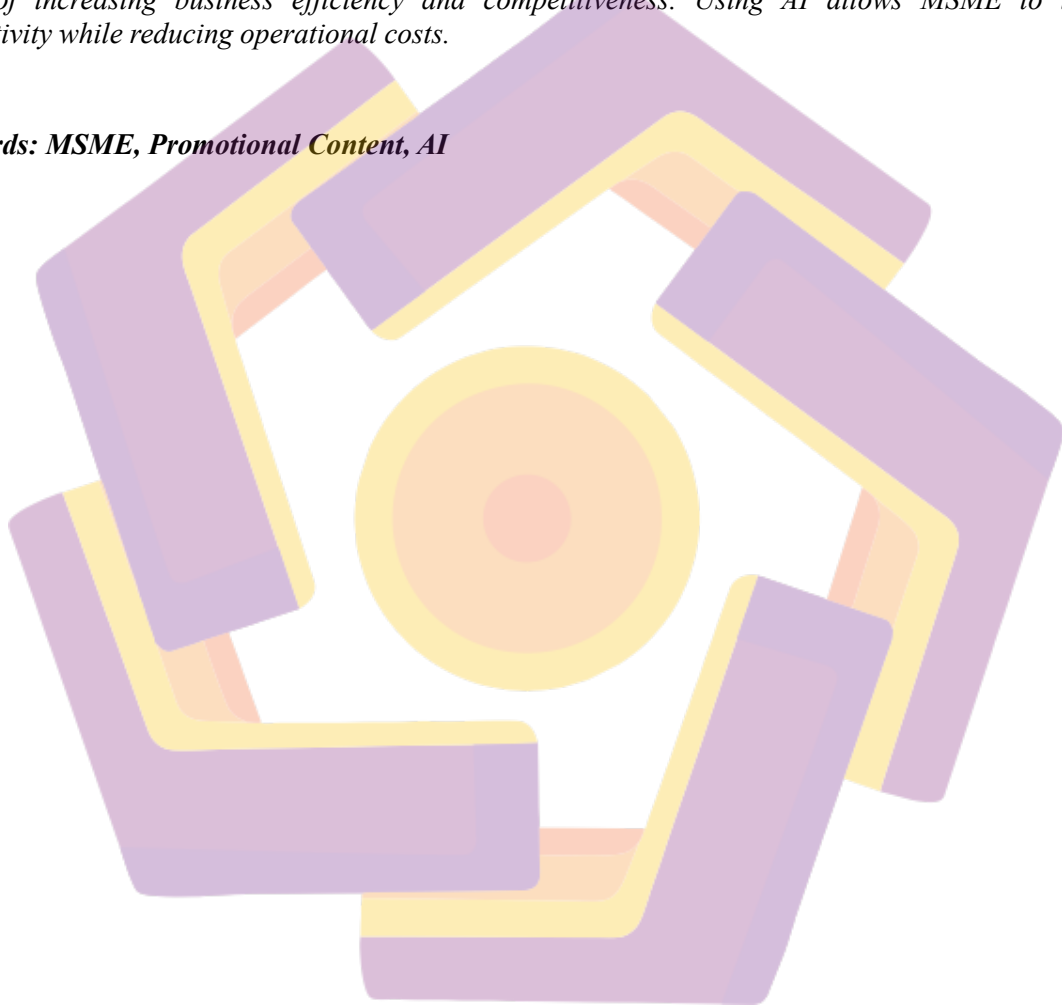
4.2 Penerapan Teori	12
4.2.1 Pemasaran	12
4.2.2 Media Sosial.....	12
4.2.3 Teknologi AI	13
BAB V	14
PENUTUP.....	14
5.1 Kesimpulan.....	14
5.2 Saran	14
DAFTAR PUSTAKA	16
LAMPIRAN.....	17



ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) are an economic activity carried out by the majority of Indonesian people as a mainstay for earning income. Although MSME are not large businesses, they play an important role in driving the country's economic sector. MSME also have several advantages when compared to several other large businesses, namely the ability to absorb a lot of labor, easy innovation in product development, and flexibility and adaptation to market changes that are fast and better when compared to large businesses. In this modern era, the role of social media is very influential for MSME. Good and interesting promotional content can help MSME to attract the attention of potential customers, increase sales, build brand awareness, and build trust in potential customers. The application of artificial intelligence (AI) has various strategic roles and benefits for MSME, especially in terms of increasing business efficiency and competitiveness. Using AI allows MSME to increase productivity while reducing operational costs.

Keywords: MSME, Promotional Content, AI



ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan untuk memperoleh pendapatan. Meskipun UMKM bukan merupakan usaha yang besar, namun UMKM ikut berperan penting dalam menggerakkan sektor perekonomian negara. UMKM juga memiliki beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan beberapa usaha besar lainnya yaitu kemampuan menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, inovasi yang mudah terjadi dalam pengembangan produk, serta fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat dan lebih baik jika dibandingkan usaha besar. Di era modern ini, peran media sosial sangat berpengaruh bagi UMKM. Konten promosi yang baik dan menarik dapat membantu pelaku UMKM untuk menarik perhatian bagi para calon pelanggan, meningkatkan penjualan, membangun kesadaran merek, serta membangun kepercayaan calon pelanggan. Penerapan kecerdasan buatan (AI) memiliki berbagai peranan dan manfaat strategis bagi UMKM terutama dalam hal meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis. Dengan menggunakan AI memungkinkan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas sekaligus menurunkan biaya operasional.

Kata kunci: UMKM, Konten Promosi, AI

