

**IMPLEMENTASI TEORI NARATIF PADA PENULISAN NASKAH IKLAN DI  
STREET COFFEE “CUBA SPACE”**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**



**Disusun oleh:**

Nawang Wibi Kusuma  
19.96.1375

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

**IMPLEMENTASI TEORI NARATIF PADA PENULISAN NASKAH  
IKLAN DI STREET COFFEE “CUBA SPACE”**

**SKRIPSI SKEMA ARTIS**

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



**Disusun oleh:**

Nawang Wibi Kusuma  
19.96.1375

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

LEMBAR PERSETUJUAN  
SKRIPSI SKEMA ARTIS  
**IMPLEMENTASI TEORI NARATIF PADA PENULISAN NASKAH IKLAN DI  
STREET COFFEE “CUBA SPACE”**  
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nawang Wibi Kusuma  
19.96.1375

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 15 Agustus 2025

Dosen Pembimbing,



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

**LEMBAR PENGESAHAN  
SKRIPSI SKEMA ARTIS  
IMPLEMENTASI TEORI NARATIF PADA PENULISAN NASKAH  
IKLAN DI STREET COFFEE “CUBA SPACE”  
yang dipersiapkan dan disusun oleh**

Nawang Wibi Kusuma  
NIM 19.96.1375

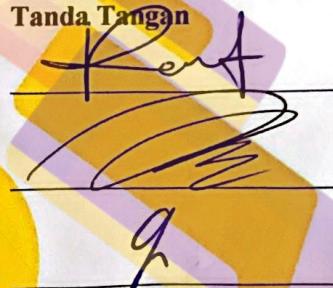
telah dipertahankan dihadapan Dewan Pengaji

11 Agustus 2025

**Nama Pengaji**

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

**Tanda Tangan**



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

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

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(15 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, 11 Agustus 2025



Nawang Wibi Kusuma

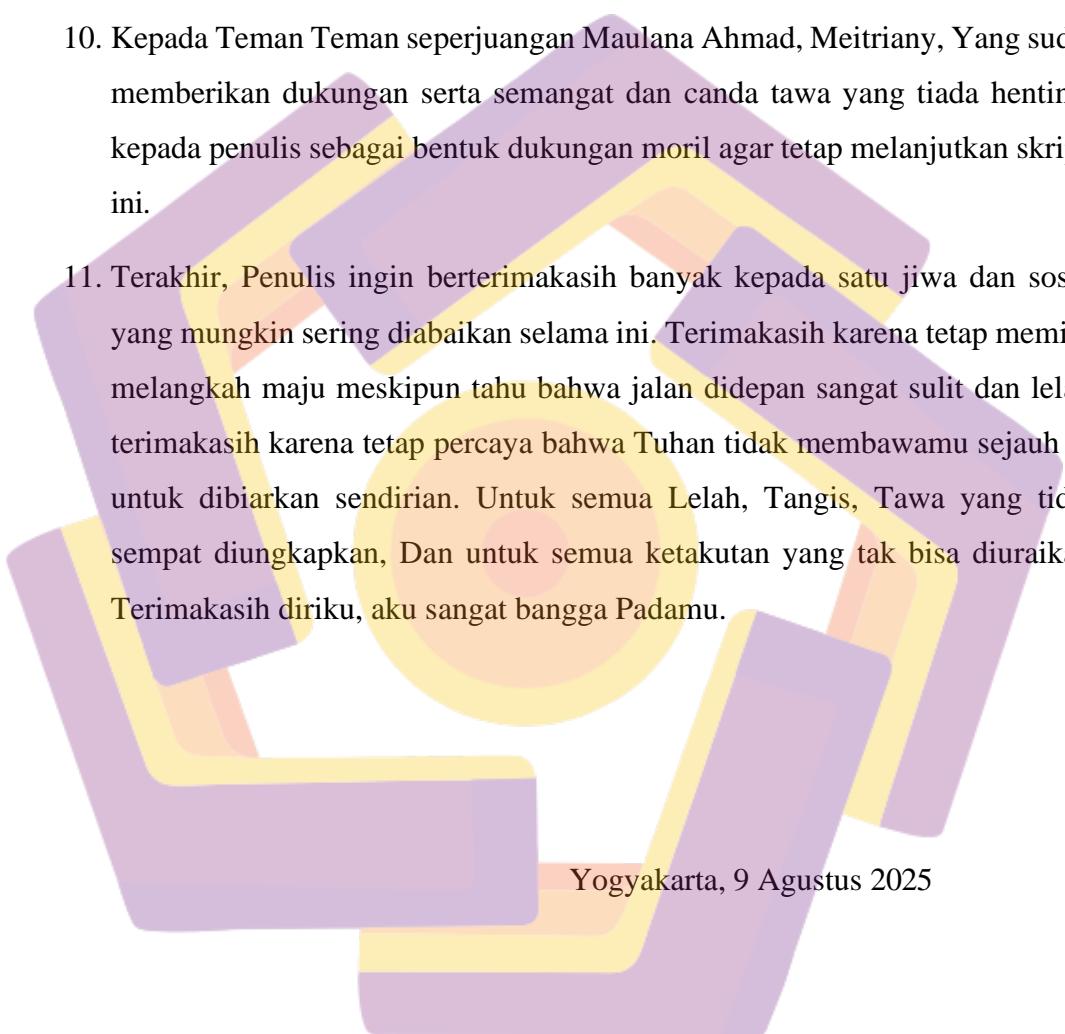
NIM. 19.96.1375

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulilah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Implementasi Teori Naratif Pada Penulisan Naskah di Street Coffe Cuba Space"** 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. sebagai Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Rivga Agusta, S.I.P., M.A sebagai Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, masukan, dan kritik yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Tim dari Cuba Space sebagai tempat penelitian yang sudah sangat membantu dengan sangat kooperatif
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
7. Kepada Orang tua penulis Nurdiana(ibu), Mulyono(ayah) Terimakasih atas cinta, doa serta kasih sayang yang hingga sampai saat ini ditunjukan kepada saya, Skripsi ini adalah bentuk tanggung jawab penulis untuk menyambung harapan dan Mimpi ayah dan ibu tersayang.



8. Kepada Adik perempuan saya satu satunya Fatika Nurmasayu yang tidak lelah berhenti memberikan dukungan serta semangat kepada kakaknya yang sampai saat ini masih berusaha untuk menjadi contoh sebagai sosok kakak yang baik.
9. Kepada Mbah Idok(Nurma) yang tak henti menyisipkan doa doanya untuk keselamatan dan kelancaran penulis dalam hal apapun.
10. Kepada Teman Teman seperjuangan Maulana Ahmad, Meitriany, Yang sudah memberikan dukungan serta semangat dan canda tawa yang tiada hentinya kepada penulis sebagai bentuk dukungan moril agar tetap melanjutkan skripsi ini.
11. Terakhir, Penulis ingin berterimakasih banyak kepada satu jiwa dan sosok yang mungkin sering diabaikan selama ini. Terimakasih karena tetap memilih melangkah maju meskipun tahu bahwa jalan didepan sangat sulit dan lelah, terimakasih karena tetap percaya bahwa Tuhan tidak membawamu sejauh ini untuk dibiarkan sendirian. Untuk semua Lelah, Tangis, Tawa yang tidak sempat diungkapkan, Dan untuk semua ketakutan yang tak bisa diuraikan. Terimakasih diriku, aku sangat bangga Padamu.

Yogyakarta, 9 Agustus 2025

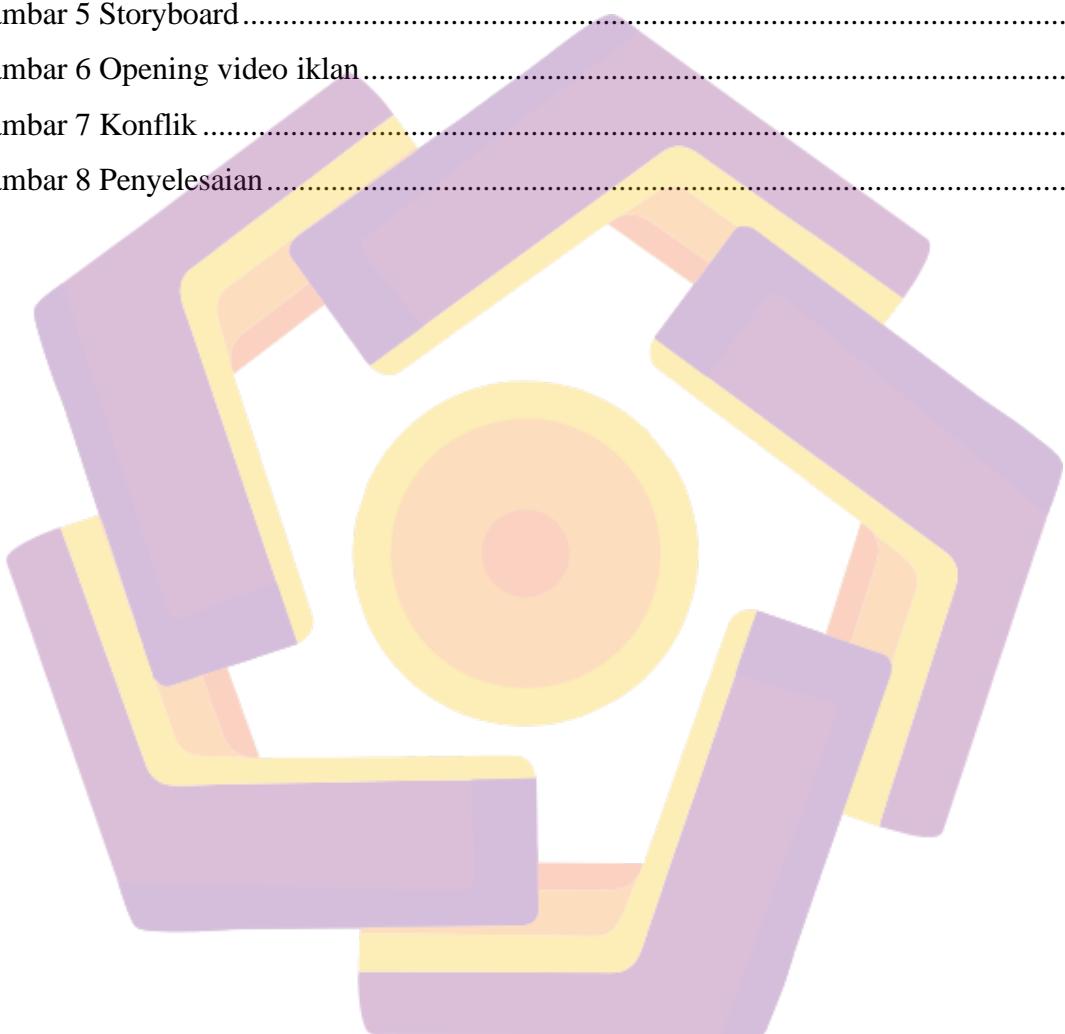
Nawang Wibi Kusuma

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
SKRIPSI SKEMA ARTIS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya .....	1
1.2 Manfaat penciptaan karya .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Referensi Karya Sebelumnya .....	8
2.2. Landasan Teori/ Konsep .....	10
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA .....	17
3.1. Riset dalam Pra Produksi .....	17
3.2. Deskripsi Karya .....	18
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA .....	20
4.1 Deskripsi Karya yang Dihasilkan .....	20
4.2 Analisis Penerapan Teori Naratif dalam Naskah Iklan Cuba Space .....	22
4.3 Analisis Pesan dan Makna dalam Naskah Iklan .....	26
4.4 Kekuatan dan Kelemahan Karya .....	26
4.5 Implikasi Karya terhadap Industri Kedai Pedagang kopi pinggir jalan .....	27
4.6 Evaluasi Pencapaian Tujuan Karya .....	28
BAB V PENUTUP .....	30
5.1 Kesimpulan .....	30
5.2 Saran .....	31
DAFTAR PUSTAKA .....	33
LAMPIRAN .....	35

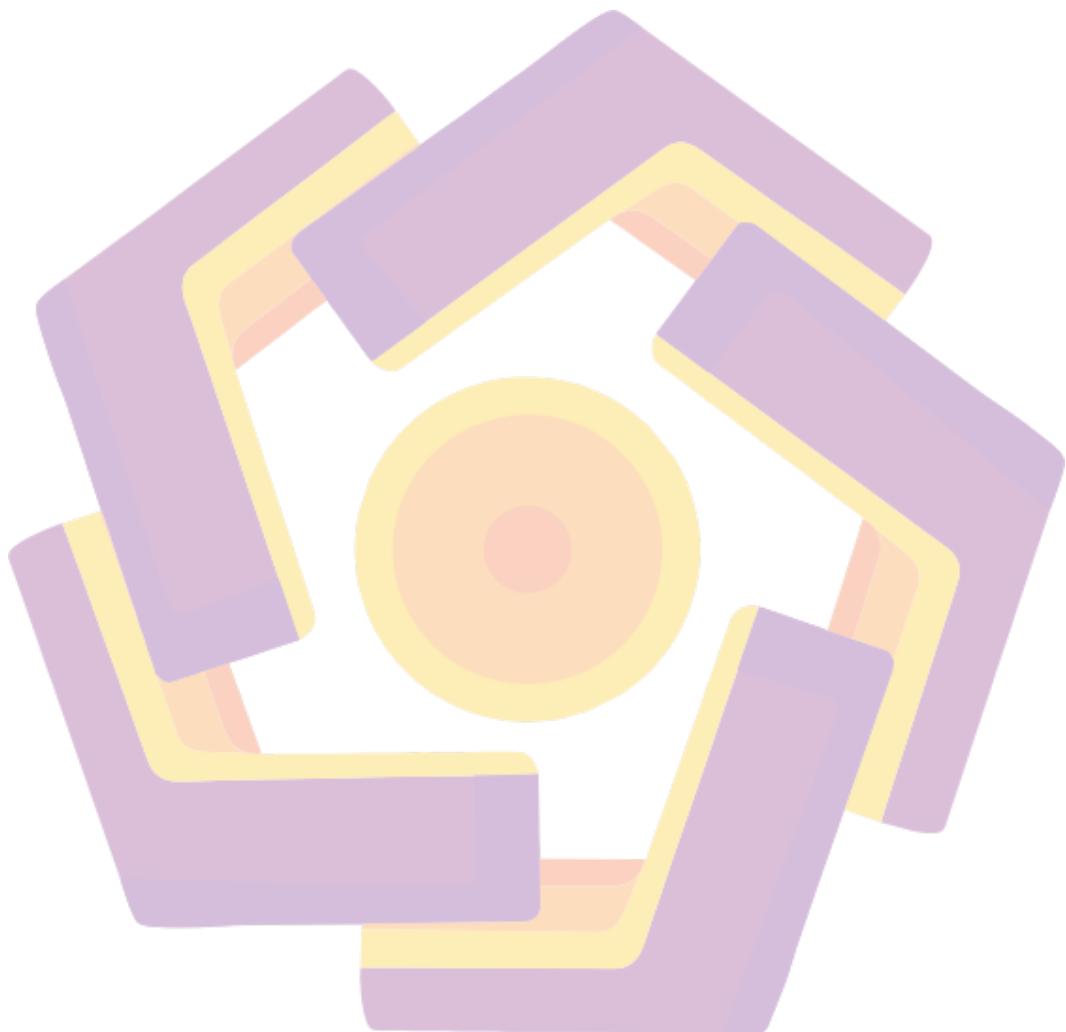
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Statistik Jumlah kategori produk terlaris di sosial media (2024-2025).....	2
Gambar 2 Pembagian produk di instagram & E-Commerce Indonesia.....	3
Gambar 3 Konten Produk .....	8
Gambar 4 Konten Video Iklan.....	9
Gambar 5 Storyboard.....	21
Gambar 6 Opening video iklan.....	22
Gambar 7 Konflik .....	24
Gambar 8 Penyelesaian .....	25



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan Karya .....	35
Lampiran 2 Naskah .....	36
Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan .....	37
Lampiran 4 Sertifikat .....	38



## ABSTRACT

*This study examines the implementation of narrative theory in the scriptwriting of Street Coffee “Cuba Space” advertisements as a creative marketing communication strategy on social media. The aim is to analyze how the three-act structure is applied in the advertisement script and to what extent the narrative represents the brand identity. The research method involved field research through interviews, observations, and content analysis, conducted in three stages to explore the background, challenges, and product characteristics. The findings reveal that applying narrative theory enhances advertisement appeal by fostering emotional engagement with the audience. The 42-second advertisement video, themed “POV: Having Coffee After Jogging,” successfully combines authentic visuals, humor, and relatable storytelling to strengthen the brand image as a friendly and enjoyable Street Coffee shop. Academically, this work contributes to the study of narrative theory implementation in small business advertising, while practically, it offers an effective, cost-efficient content strategy model with the potential to increase brand awareness among digital audiences.*

**Keywords:** narrative theory, three-act structure, video advertising, marketing communication, Cuba Space

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas penerapan teori naratif pada penulisan naskah iklan *Street Coffee* “Cuba Space” sebagai strategi komunikasi pemasaran kreatif di media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana struktur tiga babak (three-act structure) diaplikasikan dalam naskah iklan dan sejauh mana narasi tersebut mampu merepresentasikan identitas merek. Metode yang digunakan meliputi riset lapangan melalui wawancara, observasi, dan analisis konten, yang dilaksanakan dalam tiga tahap untuk menggali latar belakang, masalah, serta karakteristik produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teori naratif mampu meningkatkan daya tarik iklan dengan membangun keterlibatan emosional audiens. Video iklan berdurasi 42 detik dengan tema “POV ngopi habis jogging” berhasil menggabungkan elemen visual yang autentik, humor, dan storytelling yang relatable sehingga memperkuat citra merek sebagai kedai Pedagang kopi pinggir jalan yang ramah dan menyenangkan. Secara akademis, karya ini memberikan kontribusi pada kajian penerapan teori naratif dalam periklanan UMKM, sedangkan secara praktis, karya ini menawarkan model strategi konten yang efektif, hemat biaya, dan berpotensi meningkatkan kesadaran merek di kalangan audiens digital.

**Kata kunci:** teori naratif, struktur tiga babak, iklan video, komunikasi pemasaran, Cuba Space