

SKRIPSI
SKEMA PUBLIKASI JURNAL
STRATEGI PRODUCTION HOUSE LOKAL DALAM
MEMBANGUN BRAND IMAGE
(Studi Kasus Pada Ravacana Films)

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

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Janitra Diva Ferrola

18.96.0853

Dosen Pembimbing:
Riski Damastuti, S.Sos., M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2022

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA PUBLIKASI PROSIDING/ JURNAL**

JUDUL PUBLIKASI

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Janitra Diva Ferrola
18.96.0853

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**



Riski Damastuti, S.Sos., M.A.

NIK. 190302475

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Janitra Diva Ferrola
NIM : 18.96.0853
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 29 Juni 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Janitra Diva Ferrola

18.96.0853

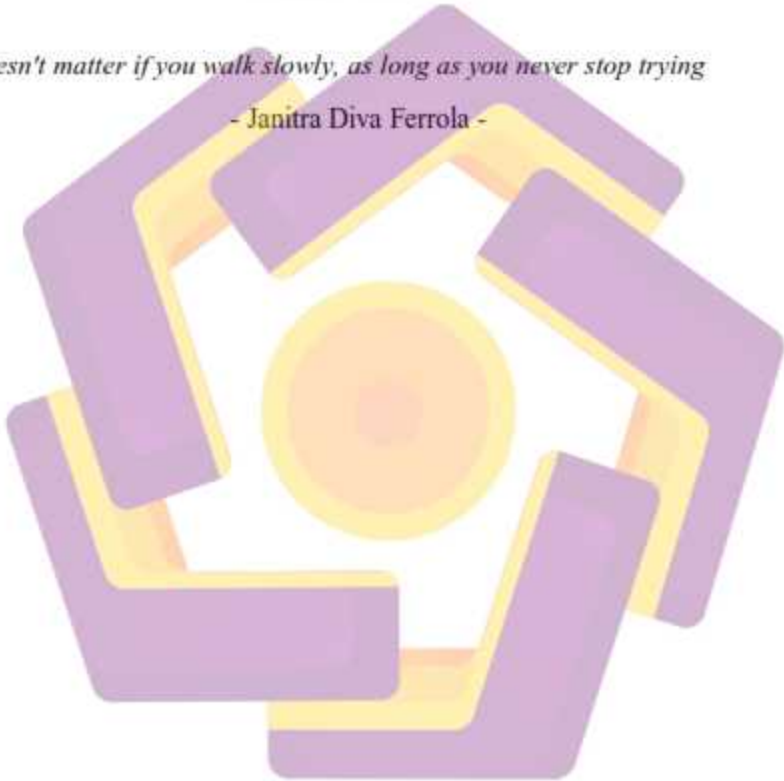
MOTTO

Tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha

- Janitra Diva Ferrola -

It doesn't matter if you walk slowly, as long as you never stop trying

- Janitra Diva Ferrola -



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang yang selalu mendukung serta mendoakan saya dari kejauhan, wanita yang selalu menjadi motivasi dan tujuan untuk kesuksesan saya kelak yaitu Mama dan laki laki yang mendukung apa saja yang saya lakukan yaitu Papa. Untuk bude yang selalu membantu jika saya dalam keadaan sulit, serta adik dan kakak saya yang selalu menebar keceriaan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk dosen pembimbing terbaik yang selama ini dengan sangat amat sabar membimbing saya, dan dosen yang sudah seperti ibu, saudara, hingga sahabat yaitu Mamski (Riski Damastuti). Untuk pria yang selalu membantu saya dalam situasi dan kondisi apapun, pria yang ingin melihat saya menjadi sarjana Guntur Bimo Saputra. Untuk masalalu saya yang pernah menemani selama tiga tahun selama berkuliah dan masih tetap mendukung saya yaitu Aldi. Untuk sepupu yang baik hati yaitu Zahra, untuk Gabby, Hany dan Nisa yang setia menjadi teman dari maba hingga saat ini dan teman teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga jalan kita semua dilancarkan oleh Allah SWT. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir berupa Skripsi berjudul "Strategi Production House Lokal dalam Membangun Brand Image (Studi Kasus Pada Ravacana Films)".

Tujuan penyusunan laporan tugas akhir berupa Skripsi ini diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ekonomi dan Sosial di Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini berguna untuk menambah pengalaman, wawasan dan ilmu baru. Terutama mengenai strategi production house lokal dalam membangun brand image.

Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan rasa Terima Kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah terlibat dalam proses pelaksanaan magang ini hingga penulisan laporan magang ini, antara lain :

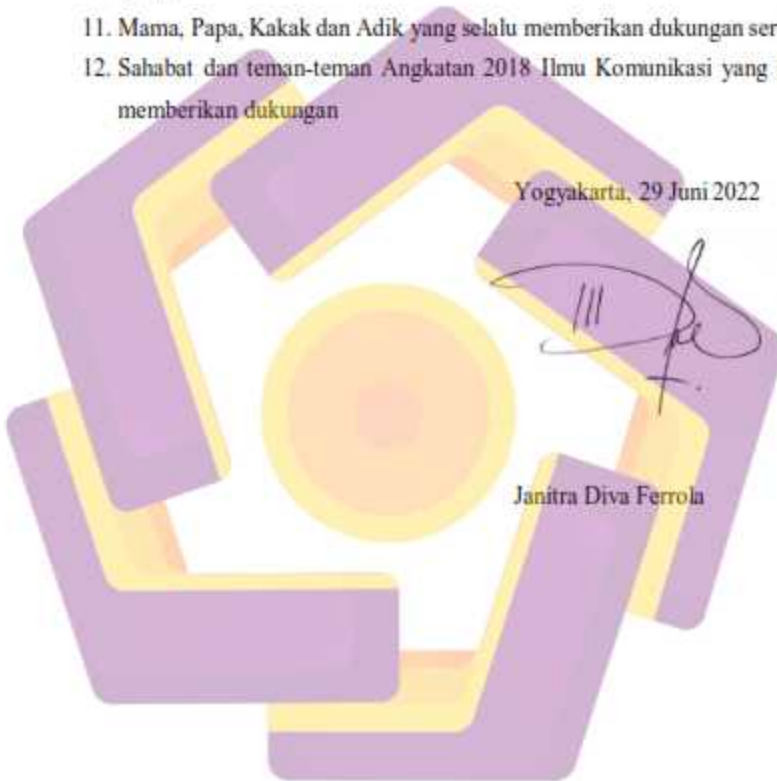
1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Ibu Riski Damastuti, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing.
6. Ravacana Films yang telah bersedia menjadi objek penelitian pada tugas akhir skripsi ini.
7. Mas Agung Wahyu Prasetyo (Founder) yang telah membantu menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Kak Elena Rosmeisara (Manager Marketing) yang telah membantu menjadi narasumber dalam penelitian ini

9. Kak Vanis (Marketing) yang telah membantu menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Kak Dhiyas (Asisten Founder) yang telah membantu menjadi penghubung wawancara kepada Mas Agung sebagai Founder Ravacana Films.
11. Mama, Papa, Kakak dan Adik yang selalu memberikan dukungan serta do'a.
12. Sahabat dan teman-teman Angkatan 2018 Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan dukungan

Yogyakarta, 29 Juni 2022



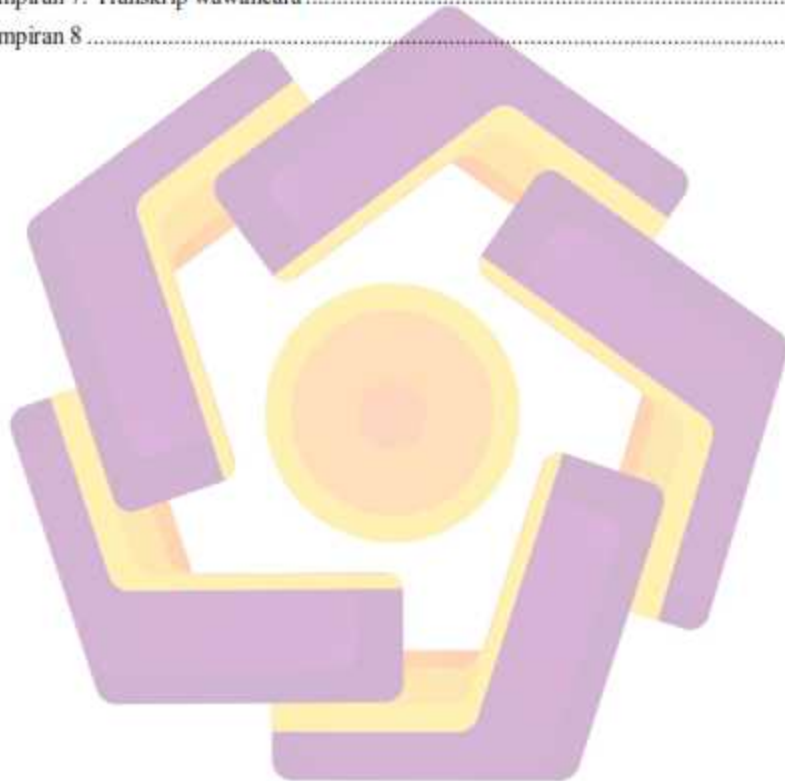
Janitra Diva Ferrola



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
PENGESAHAN.....	2
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	5
MOTTO.....	6
PERSEMBAHAN.....	7
KATA PENGANTAR.....	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	12
INTISARI.....	13
ABSTRACT.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	5
Brand Image.....	7
BAB III.....	10
METODE PENELITIAN.....	10
BAB IV.....	12
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	12
4.1 Membangun Citra Perusahaan Ravacana.....	12
4.1.1 Visi dan Misi yang Inspiratif.....	12
4.1.2 Logo yang Sederhana dan Mudah Diingat.....	14
4.1.3 Team Work yang Baik, Terorganisir dan Supportif.....	15
4.1.4 Pemasaran dengan Blue Ocean Strategy.....	16
4.2 Fenomena Sosial sebagai Pembentuk Citra Produk.....	18
4.2.1 Keunikan Film Ravacana.....	18
4.2.2 Film Sebagai Media Komunikasi Massa.....	19
4.3 Membentuk Citra Pengguna Melalui Karakteristik Penonton.....	21
BAB V KESIMPULAN.....	24
DAFTAR PUSTAKA.....	25
LAMPIRAN.....	29

Lampiran 1. Identitas Jurnal.....	29
Lampiran 2. Indeks Jurnal.....	30
Lampiran 3. Cover jurnal yang dituju	32
Lampiran 4. Letter of Acceptance	33
Lampiran 5. Bukti catatan revisi.....	34
Lampiran 6. Artikel ilmiah versi submit.....	35
Lampiran 7. Transkrip wawancara	58
Lampiran 8	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	filmindonesia.or.id , 22 Maret 2021.....	1
------------	---	---



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai Strategi Production House Lokal dalam Membangun Brand Image. Obyek penelitian ini adalah Production House Lokal yang berasal dari Yogyakarta yaitu Ravacana Films. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Untuk mengetahui strategi membangun brand image digunakan konsep brand image yang merupakan perpaduan dari citra perusahaan, citra produk, citra pengguna. Peneliti menggunakan metode studi kasus guna untuk mempelajari dan menyelidiki suatu kejadian atau fenomena mengenai objek penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Narasumber wawancara dalam penelitian ini adalah Founder Ravacana, *Manager Marketing* Ravacana dan *tim marketing* Ravacana. Pendekatan penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel sumber data yang dipilih melalui pertimbangan tertentu. Triangulasi data penelitian dilakukan melalui triangulasi sumber dengan mewawancarai peminat film dari triangulasi metode dengan melakukan observasi pada pemberitaan mengenai Ravacana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karya – karya yang diproduksi oleh Ravacana Films yaitu membantu membentuk Brand Image Ravacana Films.

Kata Kunci: Strategi, Production House, Brand Image, Ravacana Films



ABSTRACT

This research explains how the Local Production House strategy in Building a Brand Image. The object of this research is a Local Production House from Yogyakarta, namely Ravacana Films. This research approach is a qualitative and descriptive research method. To find out the strategy of building a brand image, the concept of brand image is used which is a combination of company image, product image, user image. Researchers use case study methods to study and investigate an event or phenomenon regarding the object of research. Data collection techniques are conducted by interviews and observations. Interview speakers in this study are founder Ravacana, Marketing Manager Ravacana and marketing team Ravacana. This research approach uses purposive sampling technique that is a sample of data sources selected through certain considerations. Triangulation research data was conducted through triangular source by interviewing film enthusiasts from triangulation method by observing the news about Ravacana. The results of this study show that the works produced by Ravacana Films that help shape the brand Image of Ravacana Films.

Keywords: *Strategy, Production House, Brand Image, Ravacana Films*

