

**STRATEGI COPYWRITING DALAM PEMBUATAN IKLAN
PROMOSI PRODUK SWEET SUNDAE INDONESIA**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



DISUSUN OLEH :

MUHAMMAD FAIZ JORDAN

NIM : 21.96.2841

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

STRATEGI COPYWRITING DALAM PEMBUATAN IKLAN PROMOSI PRODUK SWEET SUNDAE INDONESIA

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



DISUSUN OLEH :

MUHAMMAD FAIZ JORDAN

NIM : 21.96.2841

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

STRATEGI COPYWRITING DALAM PEMBUATAN IKLAN PROMOSI PRODUK SWEET SUNDÆ INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Faiz Jordan

21.96.2841

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 10 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

STRATEGI COPYWRITING DALAM PEMBUATAN IKLAN PROMOSI PRODUK SWEET SUNDAE INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Faiz Jordan
21.96.2841

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal 03 Maret 2026

Nama Penguji

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.
NIK. 190302476

Wajar Bimantoro Suminto, Sn., M.Des.
NIK. 190302506

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(03 Maret 2026)

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, 05 Februari 2026


Muhammad Faiz Jordan
NIM. 21.96.2841

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia.”

(Baskara Putra – Hindia)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan.”

(Windah Basudara)

“Kayaknya walaupun mustahil, lebih baik mencoba dan gagal, daripada diam dan gak melakukan apa apa”

(Coki Pardede)

“Satu halaman tulisan jelek lebih bagus daripada tidak ada halaman sama sekali.”

(Raditya Dika)

“Hidup bukan untuk saling mendahului, bermimpilah sendiri – sendiri, tak ada yang tahu kapan kau mencapai tuju dan percayalah bukan urusanmu untuk menjawab itu.”

(Baskara Putra – Hindia)

KATA PENGANTAR

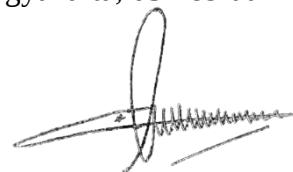
Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

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. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.I.P., M.A. (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Riski Damastuti., S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing yang selalu membantu, memberikan arahan dan sabar dalam setiap proses bimbingan.
5. Sweet Sundae Indonesia yang telah memberikan izin dalam pembuatan karya, menyediakan data dan akses informasi serta publikasi karya pada media sosial Instagram.
6. Anggota keluarga tercinta yang berada di Bengkulu, yaitu Ayah Roni Marwan, Mama Umi Kulsum, Kakak Diajeng Sari Purnama dan Nenek Remani Wais, yang selalu memberi doa dan dukungan dalam setiap saat, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada seseorang yang tanpa sengaja dipertemukan dalam perjalanan hidup ini, yaitu Nadia Hikmah Pramesthi. Terima kasih telah hadir dan menjadi saksi dari lika - liku perjalanan hidup penulis. Seseorang yang selalu hadir mendampingi dalam setiap proses perjuangan, baik saat terjatuh maupun ketika kembali bangun dan melangkah. Terima kasih karena telah menjadi rumah ternyaman bagi penulis saat keadaan sedang tidak baik-baik saja, tempat untuk kembali dan menemukan ketenangan. Dukungan, kesabaran, serta keyakinan yang selalu diberikan membuat penulis percaya bahwa mimpi-mimpi besar di masa depan bukanlah hal yang mustahil untuk dicapai.
8. Kepada teman-teman seperjuangan, yaitu Rohim, Alfian, Carel, Ilham, Fajri, Farhan, Yudha, Yohan, Sandika, Yahya, Leo, Medi, Devin, Wahyu, Aprianto, Agil, dll. Terima kasih telah menemani setiap proses, berbagi cerita, serta memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri, Muhammad Faiz Jordan. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah sesulit apapun proses kehidupan membawanya. Terima kasih sudah bertahan dan menjadi hebat.

Yogyakarta, 05 Februari 2026



Muhammad Faiz Jordan

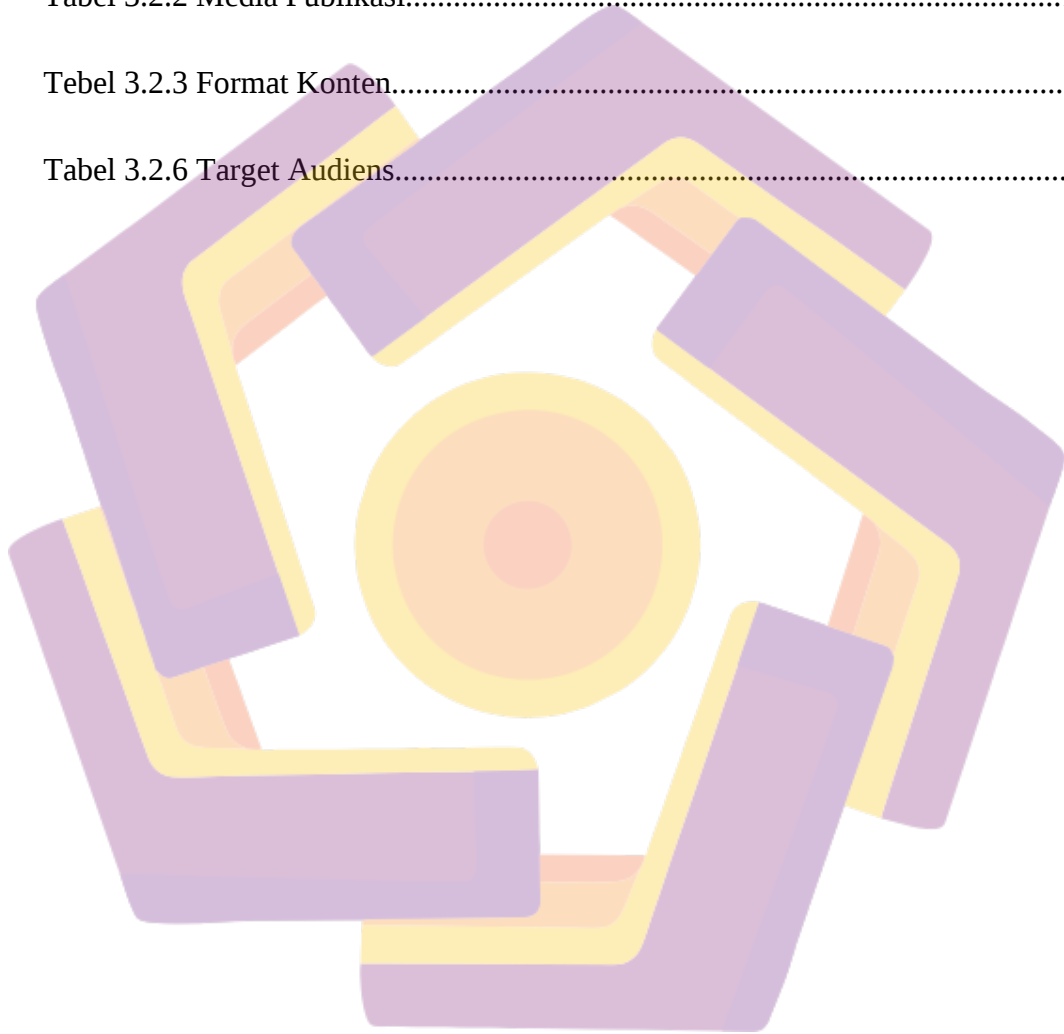
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya	4
1.2.1 Manfaat Karya Secara Akademis.....	4
1.2.2 Manfaat Karya Secara Praktis.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Referensi Karya Sebelumnya	6
2.2 Landasan Teori Karya	10
2.2.1 Pengertian Copywrtng.....	10

2.2.2	Konsep Copywriting : <i>PAS</i> Formula.....	12
2.2.3	Iklan Media Sosial.....	13
BAB III		14
METODE PEMBUATAN KARYA		14
3.1	Riset dalam Pra Produksi	14
3.2	Deskripsi Karya	14
BAB IV		20
PEMBAHASAN HASIL KARYA		20
4.1	Peran <i>Copywriter</i> Dalam Produksi Iklan Promosi Produk Sweet Sundae Indonesia	20
4.1.1	Pra-Produksi.....	20
4.1.2	Produksi	21
4.1.3	Pasca-Produksi	22
4.2	Penerapan <i>Copywriting</i> Model <i>PAS</i>	23
4.2.1	Problem (Masalah).....	24
4.2.2	<i>Agitate</i> (Penguatan Masalah)	25
4.2.3	<i>Solution</i> (Solusi).....	26
4.3	Penerapan Iklan Media Sosial	27
BAB V		29
PENUTUP		29
5.1	Kesimpulan.....	29
5.2	Saran	30
DAFTAR PUSTAKA		32
LAMPIRAN		35

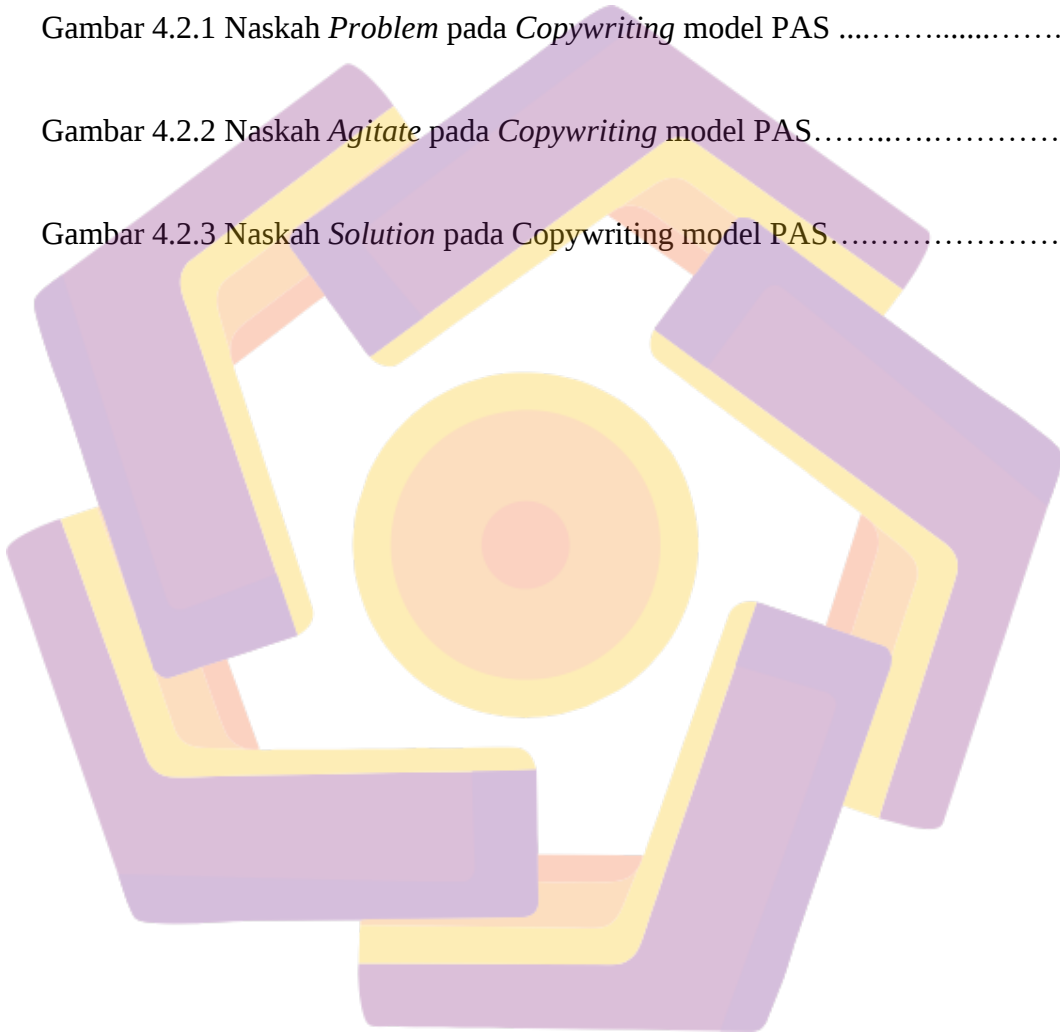
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya Sebelumnya.....	6
Tabel 3.2.1 Format File	14
Tabel 3.2.2 Media Publikasi.....	15
Tabel 3.2.3 Format Konten.....	16
Tabel 3.2.6 Target Audiens.....	18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.2 Proses produksi karya iklan	21
Gambar 4.1.3 Proses pasca-produksi.....	22
Gambar 4.2.1 Naskah <i>Problem</i> pada <i>Copywriting</i> model PAS	25
Gambar 4.2.2 Naskah <i>Agitate</i> pada <i>Copywriting</i> model PAS.....	26
Gambar 4.2.3 Naskah <i>Solution</i> pada <i>Copywriting</i> model PAS.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya.....	36
Lampiran 2. Premis, Logline, Sinopsis.....	37
Lampiran 3. Naskah.....	39
Lampiran 4. Storyline.....	42
Lampiran 5. Shotlist.....	43
Lampiran 6. Storyboard.....	46
Lampiran 7. Kebutuhan Peralatan Produksi.....	46
Lampiran 8. Tim Produksi.....	47
Lampiran 9. Timeline Produksi.....	47
Lampiran 11. Laporan Keuangan.....	48
Lampiran 12. Dokumentasi Kegiatan Produksi.....	48

ABSTRACT

This research discusses the implementation of copywriting strategies in the production of promotional advertisements for Sweet Sundae Indonesia products. In the midst of rapid technological developments, especially in the fields of information and communication, many companies are now utilizing these technological advancements in marketing and promotional activities. Competition among companies or brands requires promotional messages that are not only informative but also capable of building emotional connections with the audience. This study aims to determine how copywriting strategies are applied in the process of creating promotional advertisements and how the constructed messages are able to attract attention and build audience awareness of the importance of choosing proper nutritional intake among products available in the market. The method used in this research is a qualitative descriptive approach with observation and interview techniques. The analysis focuses on the pre-production stage and is examined using the PAS copywriting model (Problem, Agitate, Solution) and social media advertising theory. The results of this study indicate that message construction using various components of copywriting and the PAS model—beginning with identifying a problem, strengthening it with its impacts, and ending with relevant solutions—can produce more structured and persuasive communication. The support of visual elements and emotionally engaging narratives, as well as adjustments to social media formats, also increases the effectiveness of message delivery to the audience.

Keywords: Copywriting, PAS Model, Social Media Advertising, Sweet Sundae Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penerapan strategi *copywriting* dalam pembuatan iklan promosi produk Sweet Sundae Indonesia. Di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat terutama dalam bidang informasi dan komunikasi. Kini banyak perusahaan yang menggunakan kecanggihan dari teknologi itu dalam bidang pemasaran atau promosi. Persaingan antar perusahaan atau brand menuntut adanya pesan promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *copywriting* dalam proses pembuatan iklan promosi serta bagaimana pesan yang disusun mampu menarik perhatian dan membangun kesadaran audiens terhadap pentingnya memilih asupan nutrisi yang baik untuk tubuh pada produk yang ada dipasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara. Pada tahap pra-produksi, kemudian dianalisis berdasarkan konsep *copywriting* model PAS (*Problem, Agitate, Solution*) dan teori iklan media sosial. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penyusunan pesan dengan menggunakan berbagai komponen dalam *copywriting* dan model PAS yang diawali dengan pengangkatan masalah, diperkuat dengan dampak yang terjadi dan diakhiri dengan solusi yang relevan mampu menghasilkan komunikasi yang lebih runtut dan persuasif. Dukungan elemen visual dan narasi yang membangun emosi serta penyesuaian format dengan karakter media sosial turut meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens.

Kata Kunci : *Copywriting*, Model PAS, Iklan Media Sosial, Sweet Sundae Indonesia