

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Septiani

NIM : 20140530299

Konsentrasi : *Advertising*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**“Penggunaan *web series* di *Youtube* sebagai Strategi Kreatif Arfa *Barbershop* dalam Membangun *Brand Image Truly Manly*”**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Agustus 2018



Ayu Septiani

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. *As you can see from the tittle* lembar demi lembar dalam halaman ini akan berisi persembahan terimakasih kepada setiap pihak-pihak yang telah membantu Ayu Septiani Nangsia untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan apa adanya. Dimulai pada tanggal 24 Januari 2018 saat pertama kali berjumpa Ibu Sovi hingga pada tanggal 23 Agustus 2018 saat skripsi ini diuji kesungguhannya. Maka, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya dengan senantiasa memberikan kelancaran serta kemudahan dalam proses penelitian ini.
2. Seluruh keluarga Nangsia, Ayah, Mama, Ibu, Alief, Mba Vika, Mba Ayu dan keluarga besar beserta kolega (Mba Kem, Mba Muji, Pak Nardi, Pak Supri, dan Pak Hamid) yang memberikan dorongan untuk segera lulus dan dipinang oleh sang pujaan hati katanya. Terimakasih atas segala do'a yang dipanjatkan, harapan yang diucapkan, dan lawakan yang menghibur.
3. Terimakasih kepada Ibu Sovia Sitta Sari. S.IP,. M.Si selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar dan dengan caranya dapat membimbing saya menyelesaikan penelitian ini.
4. Terimakasih kepada Bapak Zuhdan dan Mas Zein selaku penguji skripsi saya, terimakasih karena telah membantu menyempurnakan penelitian ini.

5. Terimakasih kepada Wahyu Titis Dwirani, teman yang menjadi saudara tidak sedarah ini, yang dengan tidak sabar dan cerewetnya selalu memberikan saya dorongan dan ancaman yang sangat kuat dan menggelora untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada Ardiska Mega Perwita, teman curhat saya melewati masa-masa drama kehidupan perkuliahan yang bertubi-tubi.
7. Terimakasih kepada R. Bicki Reza Putra, *support system* yang sangat baik, entah bagaimana caranya selalu berhasil membuat saya semangat dan sebagai pendengar serta pemberi nasihat yang baik.
8. Terimakasih kepada Wahyu Agung Prasetyo dan Elena Rosmeisara, manusia-manusia yang tidak pelit waktu dan ilmu untuk memberikan saya banyak pengalaman dan pengetahuan, serta mendukung penelitian ini.
9. Terimakasih kepada “teman etikopia”, Enda, Virly, Rizka, Aisha, Ewol, yang memiliki kemampuan yang sangat baik serta pintar untuk membantu menyelesaikan kebingungan, kesulitan, dan masalah terkait penulisan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada Nabila Linati Fajri dan Nathania Lavita Kusuma Anggraini, teman sekelas *Advertising* 2014 yang dengan konsisten selalu memberikan dukungan dengan caranya sendiri.
11. Terimakasih kepada Khanza Nabila Iftina, Ayu Abrilia, Defa Mananda, Edolak, Saeb, Syafi’I, teman-teman “WNGSL” yang mendukung penulisan skripsi ini serta menyayangi saya tanpa syarat dan ketentuan.

12. Terimakasih kepada Iqbal Arriefurahman, Kiki, Wiwid, Abri, dan teman-teman CIKO lainnya, yang selalu memberikan semangat dibalik kata-kata penghinaan mereka yang menghibur.
13. Terimakasih kepada pihak Ravacana Films, Arfa Berbershop, dan Syafa'at Marcomm selaku pihak-pihak terkait penelitian ini.
14. Terimakasih kepada Nurlita Hapsari, Christella Suryo, dan seluruh teman-teman Techgrid Asia yang telah membantu melancarkan skripsi ini.
15. Terimakasih kepada seluruh staff Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan pihak-pihak lain yang telah membantu.

*“Graduation is just one step forward to become the best version of myself, but the process to achieve it, is the most priceless things that happened to my life, so thank you for all of my stupid silly dumb friends! See you on top! amin”*

Yogyakarta, 23 Agustus 2018

Penulis

Ayu Septiani

**MOTTO**

***“Kill Em With Kindness”***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkah, lindungan, dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Penggunaan Web Series di Youtube sebagai Strategi Kreatif Arfa Barbershop dalam Membangun Brand Image Truly Manly”*. Penelitian ini disusun guna melengkapi persyaratan untuk meraih gelas Strata 1 (satu) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dari awal pembuatan proposal, terjun langsung penelitian, hingga pengerjaan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih atas dukungan dari berbagai pihak yang telah menjadi penyemangat bagi penulis. Dukungan dalam bentuk do’a. semangat, dan bantuan secara langsung maupun secara tidak langsung. Dengan segala dukungan tersebut, mempermudah penulis dalam proses penulisan penelitian ini. Maka dari itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc, Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP,. M.Si Selaku Dosen Pembimbing Penelitian Skripsi
3. Arfa Barbershop, Syafa’at Marcomm, PH Ravacana Films Selaku informan dalam penelitian ini
4. Dosen, staff dan teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah ikut membantu penelitian ini.

Penulis menyadari dan memohon maaf apabila karya tulis ini jauh dari kata kesempurnaan. Untuk itu, penulis terbuka dengan segala saran dan masukan yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini agar dapat menjadi acuan penelitian-penelitian selanjutnya. Akhir kata penulis berharap semoga karya tulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 12 Agustus 2018

Ayu Septiani

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL .....	XIV
ABSTRAK.....	XV
ABSTRACT .....	XVI
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	9
C. TUJUAN PENELITIAN .....	9
D. MANFAAT PENELITIAN .....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
E. KERANGKA TEORI.....	10
1. Strategi Kreatif.....	10
2. Strategi Kreatif dalam Periklanan Menggunakan Media Sosial.....	17
3. Membangun <i>Brand Image</i> .....	20
F. METODE PENELITIAN.....	22
1. Jenis Penelitian .....	22
2. Informan Penelitian.....	23
3. Teknik Pengumpulan Data .....	24
4. Teknik Analisis Data .....	26
5. Uji Validitas .....	28
BAB II GAMBARAN UMUM ARFA BARBERSHOP.....	30
A. Profil Arfa Barbershop .....	30
B. Visi dan Misi.....	36
C. Lokasi Kantor Arfa <i>Barbershop</i> .....	36



D. Target Pasar Arfa <i>Barbershop</i> .....	36
E. Daftar Pelayanan dan Harga .....	37
F. Struktur Organisasi .....	37
G. Gambaran Umum Aktifitas Promosi Arfa <i>Barbershop</i> .....	44
1. Beriklan melalui media sosial ( <i>Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube</i> ).....	45
2. Menyelenggarakan acara bertemu target konsumen.....	46
3. Menyelenggarakan <i>Charity Event</i> .....	48
4. Membuat konten <i>Web Series “Truly Manly”</i> .....	49
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA</b> .....	51
A. SAJIAN DATA .....	52
1. Tujuan membangun pesan <i>Truly Manly</i> .....	53
2. Perencanaan .....	56
3. Proses kreatif pembuatan <i>web series Truly Manly</i> .....	70
4. Strategi Arfa <i>Barbershop</i> Membangun <i>brand image Truly Manly</i> melalui <i>web series</i> .....	86
B. ANALISIS DATA.....	98
1. Strategi Kreatif.....	98
2. Strategi kreatif dalam periklanan menggunakan sosial media .....	103
3. Membangun <i>brand image</i> .....	117
4. Nilai sifat tauladan Islam sebagai pesan <i>brand image Truly Manly</i> ...	119
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	124
A. KESIMPULAN.....	124
B. SARAN .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	127
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b> .....	132

## DAFTAR GAMBAR

### GAMBAR BAB I

Gambar 1. 1 Data jumlah pengguna sosial media di dunia pada tahun 2018 .....	2
Gambar 1. 2 Muhammad Arief F selaku pemilik Arfa Barbershop berbasis Spiritual Company.....	5
Gambar 1. 3 Web Series Truly Manly pada akun Youtube Arfa Barbershop.....	6
Gambar 1. 4 Akun Youtube Barber Movement dan Arfa Barbershop.....	7
Gambar 1. 5 AISAS model .....	20
Gambar 1. 6 Bagan citra merek.....	22

### GAMBAR BAB II

Gambar 2. 1 Logo ARFA Barbershop Sebelum Re-Branding.....	31
Gambar 2. 2 Logo ARFA Barbershop setelah Re- Branding.....	31
Gambar 2. 3 Logo pelayanan Arfa-GO.....	33
Gambar 2. 4 Proses Kemitraan .....	34
Gambar 2. 5 Bagan struktural Arfa Barbershop .....	38
Gambar 2. 6 Poster Arfa Barbershop .....	46
Gambar 2. 7 Poster acara Bekobar dan Lunching Web Series.....	47
Gambar 2. 8 Acara khitanan massal gratis dan cukur gratis .....	48
Gambar 2. 9 Poster web series Truly Manly .....	49

### GAMBAR BAB III

Gambar 3. 1 Logo Arfa Barbershop sebelum dan sesudah melakukan re-branding.....	55
Gambar 3. 2 Tampilan akun Youtube Arfa Barbershop .....	61
Gambar 3. 3 Tampilan postingan Instagram Arfa Barbershop.....	62
Gambar 3. 4 Poster web series truly manly .....	65
Gambar 3. 5 Poster Truly Manly episode 1 .....	66
Gambar 3. 6 Poster Truly Manly episode 2 .....	67
Gambar 3. 7 Poster Truly Manly episode 3 .....	67
Gambar 3. 8 Poster Truly Manly episode 4 .....	68
Gambar 3. 9 Poster Truly Manly episode 5 .....	68
Gambar 3. 10 Timeline pra-produksi, produksi, pasca-produksi web series truly manly .....	72
Gambar 3. 11 Visual post Arfa Barbershop .....	75
Gambar 3. 12 Poster open casting web series truly many .....	76
Gambar 3. 13 Suasana open casting Truly Manly.....	77
Gambar 3. 14 Proses produksi web series terlihat Wahyu Agung Prasetyo sedang menyutradarai .....	83
Gambar 3. 15 Proses produksi web series.....	83
Gambar 3. 16 Proses produksi web series.....	84
Gambar 3. 17 Poster pra- launching .....	88
Gambar 3. 18 Poster pra- launching .....	89
Gambar 3. 19 Poster pra- launching .....	89
Gambar 3. 20 Poster pra- launching .....	90

<b>Gambar 3. 21 Caption dari unggahan akun Instagram Arfa .....</b>	<b>92</b>
<b>Gambar 3. 22 Jumlah penonton episode pertama web series truly manly .....</b>	<b>94</b>
<b>Gambar 3. 23 Salah satu unggahan salah satu penonton web series Truly Manly pada akun Instagram.....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 3. 24 Kolom komentar web series Truly Manly .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

### TABEL II

Tabel 2. 1 Daftar harga potong rambut.....	37
--	----

### TABEL III

Tabel 3. 1 creative brief Sumber : Dokumen Syafa'at Marcomm .....	57
Tabel 3. 2 Gerai barbershop di Yogyakarta. ....	58
Tabel 3. 3 Daftar pemeran web series Truly Manly .....	78
Tabel 3. 4 Daftar crew web series Truly Manly.....	79
Tabel 3. 5 Nilai-nilai tauladan pesan Truly Manly di setiap episode web series	120