

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi *Advertising***

**“Penggunaan *Web Series* di *Youtube* Sebagai Strategi Kreatif Arfa *Barbershop* dalam Membangun *Brand Image Truly Manly*”**

**Tahun Skripsi : 2018 + 140 Hal + 39 Gambar + 6 Tabel**

**Daftar Pustaka : 20 Buku + 18 Jurnal + 5 Internet**

Seiring berkembangnya era digital komunikasi yang menyediakan media baru memberikan kemudahan dalam menyalurkan dan menjangkau informasi, membuat sebagian perusahaan memanfaatkannya untuk keperluan komunikasi pemasaran. Salah satunya, menggunakan media sosial sebagai media untuk menjalankan strategi kreatif iklan. Saat ini Arfa *Barbershop* merupakan satu-satunya perusahaan jasa potong rambut laki-laki di kota Yogyakarta yang membuat strategi kreatif menggunakan media sosial Youtube dalam format *web series* dalam membangun *brand image*, maka peneliti ingin mengangkat penelitian yang berjudul “Penggunaan *Web Series* di *Youtube* Sebagai Strategi Kreatif Arfa *Barbershop* dalam Membangun *Brand Image Truly Manly*”.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif- deskriptif yang menganalisis hasil temuan yang dilakukan secara interaktif dari data yang diperoleh melalui wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Arfa *Barbershop* berserta Syafa’at *Marcomm* dan PH Ravacana Films membuat strategi kreatif dimulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi *web series Truly Manly* dengan tujuan menyampaikan pesan *brand image Truly Manly* menggunakan nilai-nilai tauladan laki-laki, dengan pendekatan cerita yang emosional dan inspiratif yang dicerminkan oleh karakter dari tokoh laki-laki dalam *web series Truly Manly*.

**Kata Kunci : Strategi kreatif, *web series*, *brand image*.**

## **ABSTRACT**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Faculty of Social and Politic Science**

**Communication Sciences Department**

**Concentration of Advertising**

**“Utilization of Web series on Youtube as Arfa Barbershop’s Creative Strategy to Create Brand Image Truly Manly”**

**Thesis Year : 2018 + 140 Pages + 39 Images + 6 Tables**

**Bibliography : 20 Books + 18 Journals + 5 Internet**

Along with the development of the digital era of communication provides new media that gives easiness to share and reach an information. Therefore, some companies are use it for marketing communication purposes. One of that by utilizing social media to run their creative advertising strategy. Currently Arfa Barbershop is the only male haircut service company in Yogyakarta that makes creative strategies using Youtube in a web series format to build their brand image, so therefore the researcher wanted to lift research that entitled “Utilization of Web series on Youtube as Arfa Barbershop’s Creative Strategy to Create Brand Image Truly Manly”.

This study is qualitative-descriptive that analyzes the findings performed by interactively from data that obtained through interviews, literature review, and documents. The result showed that Arfa Barbershop along with Syafa’at Marcomm and Ravacana Films Production House made creative strategies starting from pre-production, production, to post-production of Truly Manly’s web series with aim of conveying the brand image message ‘Truly Manly’ uses male role model, with an emotional and inspirational story approach reflected by the characters of the male actors in the web series Truly Manly.

**Key word : creative strategy, web series, brand image**