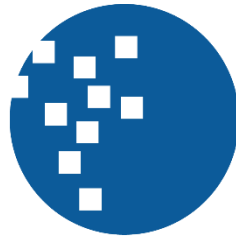


**KONSEP *SLICE OF LIFE* PADA *DIGITAL ADS* CAFFINO**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI PENGKAJIAN**

**MICHAEL DEANTHONY SUNARNO**

**0000029611**

**PROGRAM STUDI FILM**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

**KONSEP *SLICE OF LIFE* PADA *DIGITAL ADS* CAFFINO**



**MICHAEL DEANTHONY SUNARNO**

**00000029611**

**PROGRAM STUDI FILM**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michael Deanthony Sunarno

Nomor Induk Mahasiswa : 00000029611

Program studi : Film

Skripsi pengkajian dengan judul:

KONSEP *SLICE OF LIFE* PADA *DIGITAL ADS* CAFFINO merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Januari 2022

UMM



Michael Deanthony Sunarno

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi pengkajian dengan judul  
KONSEP *SLICE OF LIFE* PADA *DIGITAL ADS* CAFFINO

Oleh  
Nama : Michael Deanthony Sunarno  
NIM : 00000029611  
Program Studi : Film  
Fakultas : Seni dan Desain

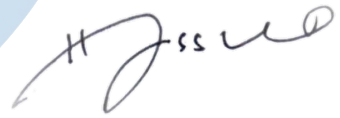
Telah diujikan pada hari Senin, 17 Januari 2022  
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.  
NIK.025245

Penguji

  
Kemal Hasan, S.T., M.Sn.  
NIK.031274

Pembimbing



Imam Khanafi, S.Sos., M.Si.  
NIK.L00518

Ketua Program Studi Film

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NU SANTARA

Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.  
NIK.025245

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Michael Deanthony Sunarno

NIM : 00000029611

Program Studi : Film

Fakultas : Seni dan Desain

Jenis Karya : \*Tesis/Skripsi/~~Laporan Magang~~ (\*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**KONSEP *SLICE OF LIFE* PADA *DIGITAL ADS* CAFFINO.** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 5 Januari 2022

Yang menyatakan,



Michael Deanthony Sunarno

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan skripsi pengkajian ini dengan judul “Konsep Kreatif *Slice of Life* Pada *Digital Ads Caffino*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 program studi Film, Fakultas Seni dan Desain, pada Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Film, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Imam Khanafi, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya skripsi pengkajian ini.
5. Christopher Wijaya selaku *Executive Producer* pada Kaizen House of Film yang telah ikut serta membantu dalam kelancaran penulisan skripsi pengkajian ini
6. Budi Santoso selaku *Creative Director* pada Kaizen House of Film yang juga telah ikut serta membantu dalam kelancaran penulisan skripsi pengkajian ini
7. Orang Tua penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. (kalau ada).
8. Seluruh anggota Kaizen House of Film yang telah menerima dan membimbing penulis dengan baik selama proses kerja magang hingga selesainya magang dan pembuatan skripsi pengkajian.

9. Keluarga dan semua teman penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis, sehingga laporan magang ini dapat diselesaikan dengan baik

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 5 Januari 2022



Michael

Michael Deanthony Sunarno



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# KONSEP KREATIF “*SLICE OF LIFE*” DIGITAL ADS CAFFINO PADA MEDIA DIGITAL

Michael Deanthony Sunarno

## ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir iklan digital mengalami kenaikan yang disebabkan oleh maraknya penggunaan media digital. Maka dari itu, banyak perusahaan yang mencoba menggunakan iklan digital untuk memasarkan produk mereka. Salah satu contoh perusahaan yang mengambil keunggulan dari iklan digital untuk memasarkan produk mereka adalah Caffino. Bersama dengan Kaizen House Of Film, Caffino membuat iklan digital yang menggunakan konsep *slice of life* dan dirancang oleh *creative director* Kaizen. Pada penelitian ini penulis membahas konsep *slice of life* pada iklan digital ini, dan bagaimana konsep ini dirancang secara strategis untuk menjangkau *target market* Caffino, dan menjawab semua kebutuhannya. Penulis melakukan penelitian dengan cara mewawancarai *creative director* Kaizen dan melakukan observasi terhadap iklan yang telah diproduksi. Penulis kemudian mengulas secara mendalam dengan membahas representasi konsep *slice of life* menggunakan *mise-en scene*. Dari hasil penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan keselarasan antara konsep kreatif sebuah iklan yang dirancang secara strategis untuk menjawab kebutuhan-kebutuhan klien.

**Kata kunci:** iklan digital, konsep *slice of life*, *mise-en scene*, representasi

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## **SLICE OF LIFE CONCEPT IN CAFFINO DIGITAL ADS**

**Michael Deanthony Sunarno**

### **ABSTRACT**

*In recent years, digital advertising has increased due to the widespread use of digital media. Therefore, many companies are trying to use digital advertising to market their products. One example of a company taking advantage of digital advertising to market their products is Caffino. Together with Kaizen House Of Film, Caffino created a digital advertisement that used the slice of life concept and was designed by the creative director of Kaizen. In this study, the author discusses the slice of life concept in digital advertising and how this concept is strategically designed to reach Caffino's target market and answer all their needs. The author conducts research by interviewing the creative director of Kaizen and observing the advertisements that have been produced. The author then reviews in depth by discussing the representation of the slice of life concept using a mise-en scene. From the results of this study, the author can conclude the harmony between the creative concepts of an advertisement that is strategically designed to answer the needs of clients.*

**Keywords:** *digital advertising, mise-en scene, representation, slice of life concept*

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. RUMUSAN MASALAH.....	2
1.2. TUJUAN PENELITIAN.....	3
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>3</b>
2.1. IKLAN MEDIA DIGITAL.....	3
2.2. PERAN <i>CEATIVE DIRECTOR</i> PADA AGENCY PERIKLANAN .....	3
2.3. <i>SLICE OF LIFE</i> .....	5
2.4. <i>MISE-EN SCENE SETTING, COLOR DAN PROPERTY</i> .....	5
2.5. TEORI REPRESENTASI.....	7
<b>3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>8</b>
<b>4. TEMUAN .....</b>	<b>9</b>
4.1. CAFFINO <i>DIGITAL ADS</i> “BERANGKAT KERJA” .....	10
4.2. CAFFINO <i>DIGITAL ADS</i> “ <i>AFTER LUNCH BREAK</i> ” .....	11
4.3. CAFFINO <i>DIGITAL ADS</i> “NYIAPIN PRESENTASI” .....	12
4.4. CAFFINO <i>DIGITAL ADS</i> “ <i>MEETING</i> ” .....	13
4.5. CAFFINO <i>DIGITAL ADS</i> “JAM PULANG KANTOR” .....	14
4.6. CAFFINO <i>DIGITAL ADS</i> “ <i>HANG OUT BARENG TEMAN</i> ” .....	16
4.7. CAFFINO <i>DIGITAL ADS</i> “ <i>H-1 DEADLINE</i> ” .....	17
4.8. HASIL AKHIR TEMUAN.....	18
<b>5. KESIMPULAN.....</b>	<b>18</b>
<b>6. DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>

## DAFTAR GAMBAR

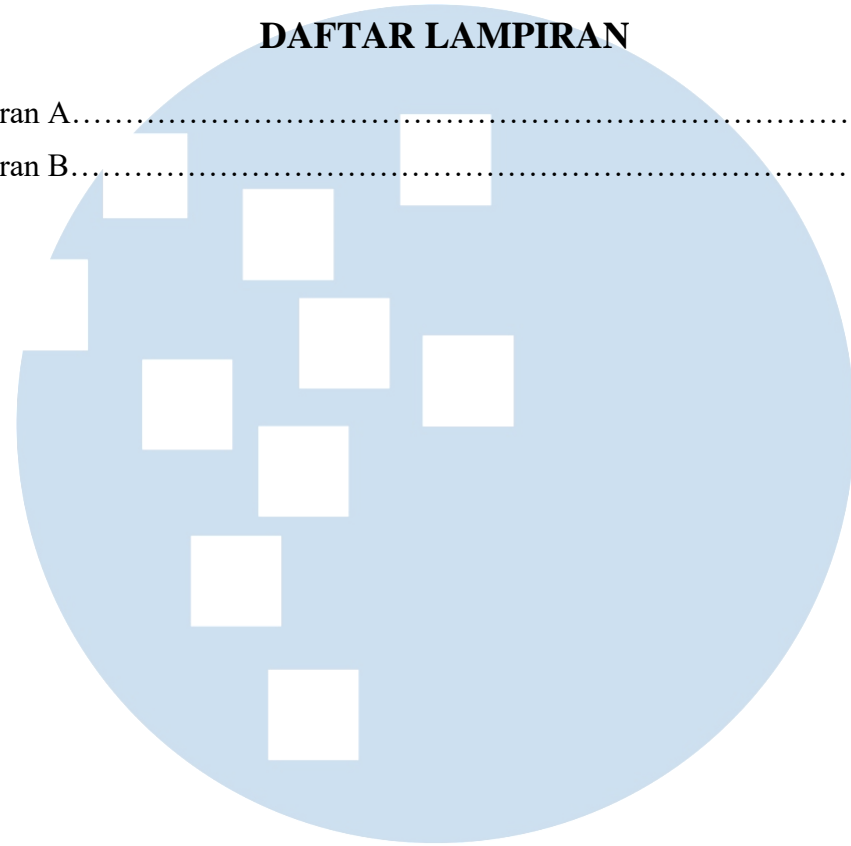
Gambar 4.1. Caffino <i>Digital Ads</i> “Berangkat Kerja”.....	10
Gambar 4.2. Caffino <i>Digital Ads</i> “After Lunch Break”.....	11
Gambar 4.3. Caffino <i>Digital Ads</i> “Nyiapin Presentasi”.....	12
Gambar 4.4. Caffino <i>Digital Ads</i> “Meeting”.....	13
Gambar 4.5. Caffino <i>Digital Ads</i> “Jam Pulang Kantor”.....	14
Gambar 4.6. Caffino <i>Digital Ads</i> “Hang Out Bareng Temen”.....	16
Gambar 4.7. Caffino <i>Digital Ads</i> “H-1 Deadline”.....	17

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.....	21
Lampiran B.....	33



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA