

**PROSES KREATIF PENYUTRADARAAN DALAM PRODUKSI  
IKLAN DIGITAL VIDEO “GEN Z PASSWORD-NYA?”  
PT TELEKOMUNIKASI SELULAR**

**KHARISMA PUAN MAHARANI**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University  
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Proses Kreatif Penyutradaraan dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2024

Kharisma Puan Maharani  
J0301201163

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

KHARISMA PUAN MAHARANI. Proses Kreatif Penyutradaraan dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO.

PT Telekomunikasi meluncurkan program baru yaitu by.U Affiliate School yang dikemas melalui iklan digital. Laporan akhir ini bertujuan untuk menganalisis proses kreatif penyutradaraan dan menganalisis penerapan teori model AISAS pada produksi iklan digital video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Lokasi dan waktu pengumpulan data dilaksanakan di Gedung Telkomsel Regional Central sejak tanggal 1 Februari hingga 31 April 2024. Data yang didapat yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, partisipasi aktif, dan studi pustaka. Produksi iklan ini menghasilkan tiga *output* yaitu iklan video, iklan poster, dan Hak Kekayaan Intelektual. Proses kreatif penyutradaraan iklan digital video “Gen Z Password-nya?” meliputi riset produksi, *genre and theme*, *hatching your plot*, *writing the screenplay*, *stars and actors*, *drawing on ideas*, *setting lokasi*, *setting scene*, pengambilan gambar, dan evaluasi hasil *editing*. Produksi iklan tersebut didasarkan pada pemahaman pola perilaku audiens menurut teori AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share). Hal itu diterapkan agar iklan yang dihasilkan efektif dan tersampaikan dengan baik kepada audiens.

Kata kunci: by.U, iklan, kreatif, penyutradaraan, proses

## ABSTRACT

KHARISMA PUAN MAHARANI. Creative Process of Directing in the Production of Digital Video Advertisement “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Supervises by HUDI SANTOSO.

PT Telekomunikasi launched a new program, namely by.U Affiliate School, which is packaged through digital advertising. This final report aims to analyze the creative process of directing and analyze the application of the AISAS model theory to the production of the digital video advertisement “Gen Z Password?” PT Telekomunikasi Selular. The location and time of data collection were carried out at the Telkomsel Regional Central Building from February 1 to April 31, 2024. The data obtained are primary data and secondary data. The data collection techniques used were observation, interview, active participation, and literature study. This advertising production produces three outputs, namely video advertisements, poster advertisements, and Intellectual Property Rights. The creative process of directing the digital video ad “Gen Z Password?” includes production research, genre and theme, hatching your plot, writing the screenplay, stars and actors, drawing on ideas, setting locations, setting scenes, shooting, and evaluating the editing results. The ad production is based on understanding audience behavior patterns according to the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, and Share) theory. It is applied so that the resulting advertisement is effective and well conveyed to the audience.

Keywords: advertising by.U, creative, distribution, process



**Judul Laporan Akhir : Proses Kreatif Penyutradaraan dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular**  
**Nama : Kharisma Puan Maharani**  
**NIM : J0301201163**

**Disetujui oleh**

**Pembimbing:**  
**Dr.Hudi Santoso, S.Sos., M.P.**



**Diketahui oleh**

**Ketua Program Studi:**  
**Dr.Hudi Santoso, S.Sos., M.P.**  
**NPI. 201807198005241001**



**Dekan Sekolah Vokasi:**  
**Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.**  
**NIP. 196607171992031003**



**Tanggal Ujian:**  
**(1 Juni 2024)**

**Tanggal Lulus:**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak 1 Februari 2024 sampai 31 April 2024 ini ialah periklanan, dengan judul “Proses Kreatif Penyutradaraan dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular”. Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, yaitu Dr.Hudi Santoso, S.Sos., M.P. yang telah membimbing dan banyak memberi saran.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji. Ucapan terima kasih juga tak lupa penulis sampaikan kepada Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT., selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Selain itu, terima kasih juga penulis ucapkan kepada seluruh dosen, asisten dosen, beserta seluruh staf Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Rifky Ahmad dan Iwan Kamaludin Kurniawan yang telah memberi izin melaksanakan proyek akhir dan seluruh pihak PT Telekomunikasi Selular yang telah membantu selama pengumpulan data penulisan laporan akhir ini. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ibu, ayah serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada rekan tim proyek akhir yang sudah bekerja sama dengan baik dan kepada seluruh teman-teman Komunikasi Digital dan Media Angkatan 57 karena telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2024

*Kharisma Puan Maharani*

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Komunikasi Pemasaran Digital	4
2.1 Iklan Digital	4
2.3 PT Telekomunikasi Selular	4
2.4 Sutradara	5
2.5 Proses Kreatif	5
2.6 Teori AISAS	5
2.7 Referensi Karya	6
III METODE	8
3.1 Lokasi dan Waktu	8
3.2 Data dan Instrumen	8
3.3 Teknik Pengumpulan Data	8
3.4 Prosedur Kerja	9
3.5 <i>Output</i>	10
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	11
4.1 Gambaran Project	11
4.1.2 Iklan Poster	12
4.1.3 HKI	13
4.2 Proses Kreatif Penyutradaraan dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya” PT Telekomunikasi Selular	13
4.2.1 Riset Produksi	14
4.2.2 <i>Genre and Theme</i> (Genre dan tema)	17
4.2.3 <i>Hatching your Plot</i> (Ide cerita)	17
4.2.4 <i>Writing the Screenplay</i> (Menulis skenario)	17
4.2.5 <i>Starts and Actors</i> (Pemeran)	18
4.2.6 <i>Drawing on Ideas</i> (Storyboard)	21
4.2.7 <i>Setting</i> Lokasi	36
4.2.8 <i>Setting Scene</i> (Setting dalam scene)	37
4.2.9 Pengambilan Gambar	43
4.2.10 Evaluasi Hasil Edit	45





4.3 Penerapan model AISAS pada Produksi Iklan Digital Video “Gen Z PT Password-nya?” Telekomunikasi Selular	45
V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR TABEL

1	Anggota tim produksi iklan	10
2	<i>Storyboard scene</i> 1 iklan “Gen Z Password-nya?”	22
3	<i>Storyboard scene</i> 2 iklan “Gen Z Password-nya?”	23
4	<i>Storyboard scene</i> 3 iklan “Gen Z Password-nya?”	24
5	<i>Storyboard scene</i> 4 iklan “Gen Z Password-nya?”	24
6	<i>Storyboard scene</i> 5 iklan “Gen Z Password-nya?”	26
7	<i>Storyboard scene</i> 6 iklan “Gen Z Password-nya?”	27
8	<i>Storyboard scene</i> 7a iklan “Gen Z Password-nya?”	28
9	<i>Storyboard scene</i> 7b iklan “Gen Z Password-nya?”	28
10	<i>Storyboard scene</i> 7c iklan “Gen Z Password-nya?”	29
11	<i>Storyboard scene</i> 7d iklan “Gen Z Password-nya?”	30
12	<i>Storyboard scene</i> 8 iklan “Gen Z Password-nya?”	30
13	<i>Storyboard scene</i> 9a iklan “Gen Z Password-nya?”	32
14	<i>Storyboard scene</i> 9b iklan “Gen Z Password-nya?”	33
15	<i>Storyboard scene</i> 9c iklan “Gen Z Password-nya?”	33
16	<i>Storyboard scene</i> 9d iklan “Gen Z Password-nya?”	34
17	<i>Storyboard scene</i> 10 iklan “Gen Z Password-nya?”	34
18	<i>Storyboard scene</i> 11 iklan “Gen Z Password-nya?”	35
19	Detail lokasi iklan “Gen Z Password-nya?”	36
20	<i>Breakdown script</i> digital video “Gen Z Password-nya?” <i>day</i> 1	38
21	<i>Breakdown script</i> digital video “Gen Z Password-nya?” <i>day</i> 2	40

## DAFTAR GAMBAR

1	Iklan internet dan combo sakti	7
2	Iklan Khong Guan momen lebaran	7
3	Bagan prosedur sutradara	9
4	Sertifikat HKI iklan “Gen Z Password-nya?”	13
5	<i>Insight @Telkomsel_Jakarta</i> bulan April 2024	15
6	<i>Insight @Ceritaanakjakarta</i> bulan April 2024	15
7	<i>Brainstorming</i> bersama pihak Telkomsel	16
8	<i>Talent "Ayu"</i>	19
9	<i>Talent "Bayu"</i>	19
10	Pengisi suara Ibu “Ayu”	20
11	Pengisi suara <i>content creator</i>	20
12	Pengisi suara <i>tagline</i> by.U	21
13	Proses <i>reading</i> naskah	43
14	Proses <i>shooting</i> iklan “Gen Z password-nya?”	44
15	Proses <i>recording voice over</i>	44
16	Proses <i>screening</i> iklan bersama Telkomsel	45
17	Informasi pada iklan	47
18	<i>Call to action</i> pada iklan	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.





## DAFTAR LAMPIRAN

1	Surat konfirmasi penerimaan proyek akhir pada Telkomsel	54
2	<i>Link</i> iklan video	54
3	Iklan Poster	55
4	Bukti publikasi iklan	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.