



# **STRATEGI PRODUKSI IKLAN DIGITAL *SOFT SELLING* DAN *HARD SELLING* PADA *BRAND ZANANA CHIPS* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SHAVIRA NUR AULIA NOVIZANA**



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

- 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.



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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Produksi Iklan Digital *Soft selling* dan *Hard selling* pada *Brand Zanana Chips* di Media Sosial Instagram” 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, Juli 2024

Shavira Nur Aulia Novizana  
J0301201270

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

## ABSTRAK

SHAVIRA NUR AULIA NOVIZANA. Strategi Produksi Iklan Digital *Soft selling* dan *Hard selling* pada *Brand Zanana Chips* di Media Sosial Instagram. Dibimbing oleh SUPARMAN dan AYUMI GUNAWAN.

Perkembangan komunikasi saat ini terjadi dengan cepat, terutama dalam bidang komunikasi pemasaran. *Zanana Chips* merupakan salah satu *brand* makanan ringan yang menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya. *Brand Zanana Chips* memproduksi iklan digital *soft selling* sebagai pendekatan persuasif dan *hard selling* yang menekankan promosi secara langsung. Tujuan dari proyek akhir adalah menjelaskan perbedaan strategi dan proses penyutradaraan iklan digital *soft selling* serta *hard selling* pada *Brand Zanana Chips*. Lokasi pelaksanaan proyek akhir terletak di Kota Bogor dilakukan selama kurang lebih tiga bulan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah keterlibatan dalam produksi, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Alat dan bahan yang digunakan yaitu kamera, *lighting*, mikrofon, *stabilizer* kamera, *backdrop*, *tripod*, laptop, reflektor, produk *Zanana Chips* dan alat piknik. Proses penyutradaraan iklan digital *soft selling* dan *hard selling* pada *Brand Zanana Chips* memiliki alur kegiatan yaitu melakukan peninjauan dengan *Brand*, diskusi dan perancangan, survei lokasi dan penetapan lokasi, pembuatan *storyboard*, *breakdown* naskah, menentukan peralatan, penyusunan jadwal, pengarahan ekspresi, dan *editing*.

Kata kunci: *hard selling*, produksi iklan digital, *soft selling*, strategi

## ABSTRACT

SHAVIRA NUR AULIA NOVIZANA. Digital Advertising Production Strategies *Soft selling* and *Hard selling* for the *Zanana Chips Brand* on Instagram Social. Supervised by SUPARMAN and AYUMI GUNAWAN.

Communication developments are currently occurring rapidly, especially in the field of marketing communications. *Zanana Chips* is a snack brand that uses Instagram as its marketing medium. The *Zanana Chips brand* produces *soft selling* digital advertisements as a persuasive and *hard selling* approach that emphasizes direct promotion. The aim of the final project is to explain the differences in strategies and processes for directing *soft selling* and *hard selling* digital advertisements for the *Zanana Chips Brand*. The final project implementation location is in Bogor City and was carried out for approximately three months. The data collection techniques used were involvement in production, observation, documentation and literature study. The tools and materials used are camera, lighting, microphone, camera stabilizer, backdrop, tripod, laptop, reflector, *Zanana Chips* products and picnic equipment. The process of directing *soft selling* and *hard selling* digital advertisements for the *Zanana Chips Brand* has a flow of activities, namely conducting exploration with the *Brand*, discussion and design, location survey and location determination, making storyboards, script breakdown, determining equipment, preparing schedules, directing expressions, and editing.

Keywords: *hard selling*, production digital advertisements, *soft selling*, strategy



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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **STRATEGI PRODUKSI IKLAN DIGITAL *SOFT SELLING* DAN *HARD SELLING* PADA *BRAND ZANANA CHIPS* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SHAVIRA NUR AULIA NOVIZANA**

Laporan Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada  
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

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

- 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.



**@Hak cipta milik 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.



Judul Laporan : Strategi Produksi Iklan Digital *Soft selling* dan *Hard selling* pada *Brand Zanana Chips* di Media Sosial Instagram  
Nama : Shavira Nur Aulia Novizana  
NIM : J0301201270

Pembimbing 1:  
Ir. Suparman, M.M

Pembimbing 2:  
Ayumi Gunawan, M.Si.

Disetujui oleh



---



---

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:  
19 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 mengumumkan 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 laporan proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Mei 2024 ini ialah produksi video iklan digital dengan judul laporan proyek akhir “Strategi Produksi Iklan Digital *Soft selling* dan *Hard selling* pada *Brand Zanana Chips* di Media Sosial Instagram”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Ir. Suparman, M.M selaku dosen pembimbing 1 dan Ayumi Gunawan, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada PT. Sejahtera Berkah Harmonis (Sebar Group) yaitu *Brand Zanana Chips* yang telah memberi izin untuk pembuat proyek akhir. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta rekan-rekan yang telah memberikan dukungan, doa, dan dukungan moral.

Semoga laporan proyek akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

*Shavira Nur Aulia Novizana*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Pemasaran	5
2.2 Strategi Pemasaran	5
2.3 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	6
2.4 Penyutradaraan	6
2.5 Iklan	7
2.6 Media Sosial Instagram	8
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu	11
3.2 Teknik Pengumpulan Data	11
3.3 Subyek Proyek	11
3.4 Alat dan Bahan Proyek	11
3.5 Prosedur Kerja Kegiatan	12
3.6 Output Proyek	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Gambaran Proyek	15
4.2 Perbedaan Strategi Iklan Digital <i>Soft selling</i> dengan <i>Hard selling</i> pada <i>Brand Zanana Chips</i>	16
4.3 Proses Penyutradaraan Iklan Digital <i>Soft selling</i> dan <i>Hard selling</i> pada <i>Brand Zanana Chips</i>	24
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	55



## DAFTAR TABEL

1 <i>Script</i> Iklan Digital <i>Soft selling</i>	26
2 <i>Breakdown</i> Naskah Proses Penyutradaran Iklan Digital <i>Soft selling</i>	30
3 Penyusunan Jadwal Produksi Iklan Digital <i>Soft selling</i>	32
4 <i>Breakdown</i> Naskah Iklan Digital <i>Hard selling</i>	40
5 Penyusunan Jadwal Kegiatan Tim	43

## DAFTAR GAMBAR

1 Logo Banana Chips	15
2 Nana yang Sedih dan Kesal	17
3 Ekspresi Nana Bahagia	18
4 Nana Belajar dan Berlatih	18
5 <i>Scene</i> Memperlihatkan Produk Zanana Chips	19
6 Detail Warna Baju dan Tema PPT	20
7 Strategi <i>Image</i> melalui Pemilihan Peran	21
8 Strategi <i>Thinking</i> Klaim Bumbu Tebal	22
9 Strategi <i>Explicit</i> pada Iklan Digital <i>Hard selling</i>	23
10 Strategi <i>Fact</i> pada Iklan Digital <i>Hard selling</i>	24
11 Konsep Iklan Digital <i>Soft selling</i>	25
12 Survei dan Penetapan Lokasi Kantor	27
13 Survei dan Penetapan Lokasi Hotel	28
14 <i>Storyboard</i> Iklan Digital <i>Soft selling</i>	29
15 Ekspresi Kecewa Nana	33
16 Ekspresi Tegas <i>Team leader</i>	34
17 Ekspresi Bahagia	34
18 Ekspresi Licik	35
19 Lirik <i>Jingle</i> Iklan Digital <i>Hard selling</i>	37
20 Survei Lokasi <i>Co-Working Space</i>	38
21 <i>Storyboard</i> Iklan Digital <i>Hard selling</i>	39
22 Ekspresi Senang	44
23 Ekspresi Terkejut dan Bersemangat	45

## DAFTAR LAMPIRAN

1 Hak Kekayaan Intelektual	52
2 Diskusi dan Perancangan Konsep	52
3 Produksi Iklan Hard Selling	53
4 Produksi Iklan Soft Selling	53
5 Properti Iklan Hard Selling	54

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.