

TEKNIK PENULISAN NASKAH *STORYTELLING* DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL VIDEO “GEN Z PASSWORD- NYA?” PT TELEKOMUNIKASI SELULAR

CINTA AGNA AGUSTIN SRI BAHARIAWATI



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



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Teknik Penulisan Naskah *Storytelling* 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.

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

Bogor, Mei 2024

Cinta Agna Agustin Sri Bahariawati
J0301201025

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

CINTA AGNA AGUSTIN SRI BAHARIAWATI. Teknik Penulisan Naskah *Storytelling* dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO.

PT Telekomunikasi Selular membuat program by.U Affiliate School untuk meningkatkan kesadaran merek pada produk by.U yang dipromosikan melalui iklan digital dengan fokus menggunakan teknik penulisan naskah *storytelling*. Laporan akhir ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran proyek iklan digital, menganalisis teknik penulisan naskah *storytelling* dalam produksi iklan digital video “Gen Z Password-nya?”, dan menganalisis pesan naskah pada iklan digital video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular. Lokasi dan waktu pengumpulan data dilaksanakan di gedung Telkomsel Regional Central Jakarta Timur sejak tanggal 1 Februari hingga 31 April 2024. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, partisipasi aktif, dan studi pustaka. Gambaran proyek iklan digital mencakup tiga *output* yaitu iklan video, iklan poster, dan Hak Kekayaan Intelektual. Penggunaan teknik penulisan naskah *storytelling* meliputi aspek *storytelling*, elemen naskah, struktur naratif, komponen cerita, dan model komunikasi periklanan AIDA (Awareness, Interest, Desire, dan Action). Analisis pesan naskah iklan dilakukan untuk memastikan efektivitas pesan dalam narasi.

Kata kunci: by.U, iklan digital, *storytelling*, teknik penulisan naskah

ABSTRACT

CINTA AGNA AGUSTIN SRI BAHARIAWATI. Storytelling Scriptwriting Technique in the Production of Digital Video Advertisement "Gen Z Password-nya?" PT Telekomunikasi Selular. Supervised by HUDI SANTOSO.

PT Telekomunikasi Selular created the by.U Affiliate School program to increase brand awareness of by.U products promoted through digital advertising with a focus on using storytelling scriptwriting techniques. This final report aims to explain the description of the digital advertising project, analyze the storytelling scriptwriting technique in the production of the digital video advertising "Gen Z Password-nya?", and analyze the script message in the digital video advertising "Gen Z Password-nya?" PT Telekomunikasi Selular. The location and time of data collection were carried out at the Telkomsel Regional Central building Jakarta East from February 1 to April 31, 2024. The data used are primary and secondary data. The data collection techniques used were observation, interview, active participation, and literature study. The digital advertising project overview includes three outputs, namely video advertisements, poster advertisements, and Intellectual Property Rights. The use of storytelling script writing techniques includes storytelling aspects, script elements, narrative structure, story components, and the AIDA (Awareness, Interest, Desire, and Action) advertising communication model. Analysis of advertising script messages is carried out to ensure the effectiveness of messages in the narrative.

Keywords: by.U, digital advertising, scriptwriting techniques, storytelling

Judul Laporan Akhir: Teknik Penulisan Naskah *Storytelling* dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Teiekomunikasi Selular

Nama : Cinta Agna Agustin Sri Bahariawati
NIM : J0301201025

Disetujui oleh

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



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr.Hudi Santoso, S.Sos., M.P
NPI 2018071980055241001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr.Ir.Aceng Hidayat, M.T
NIP 19660717992031003



Tanggal Ujian:
(29 Mei 2024)

Tanggal Lulus:



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 penulisan laporan akhir yang dilaksanakan selama tiga bulan dimulai sejak tanggal 1 Februari 2024 hingga 31 April 2024 ini ialah komunikasi pemasaran digital, dengan judul “Teknik Penulisan Naskah *Storytelling* dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular”. Penyelesaian laporan akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua yakni mamah dan ayah serta keluarga penulis atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan akhir ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media yaitu Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P yang telah membimbing dan banyak memberi saran dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik Ahmad Aulia Arsyad S.K.Pm., M.Si., 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, Iwan Kamaludin Kurniawan, dan seluruh pihak PT Telekomunikasi Selular yang telah memberi izin melaksanakan proyek akhir dan membantu selama proses pengumpulan data penulisan laporan akhir ini. 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 doa, dukungan dan kasih sayangnya.

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

Bogor, Mei 2024

Cinta Agna Agustin Sri Bahariawati

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
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	4
2.1 Komunikasi Pemasaran Digital	4
2.2 Iklan Digital	4
2.3 PT Telekomunikasi Selular	4
2.4 Teknik Penulisan Naskah	5
2.5.1 Elemen-Elemen naskah	5
2.5.2 <i>Digital Storytelling</i>	5
2.5.3 Strategi Iklan <i>Storytelling</i>	6
2.5.4 Struktur Naratif Iklan <i>Storytelling</i>	6
2.5.5 Teori atau Model Komunikasi AIDA	6
2.6 Referensi Karya	7
III METODE	9
3.1 Lokasi dan Waktu	9
3.2 Data dan Instrumen	9
3.3 Teknik Pengumpulan Data	9
3.4 Prosedur Kerja	10
3.5 <i>Output</i>	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	13
4.1 Gambaran Proyek	13
4.2 Teknik Penulisan Naskah <i>Storytelling</i> dalam Produksi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular	18
4.2.1 Riset	18
4.2.2 <i>Brainstorming</i>	19
4.2.3 Pembuatan Konsep	20
4.2.4 Penulisan naskah	23
4.2.5 Penyesuaian naskah	36
4.3 Analisis Pesan Naskah Iklan Video Digital “Gen Z Password-nya?” PT Telekomunikasi Selular	37
V SIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
RIWAYAT HIDUP	59



DAFTAR TABEL

1	Anggota Tim Proyek Akhir	10
2	<i>Talent</i> dalam iklan digital video "Gen Z Password-nya?"	16
3	<i>Talent</i> dalam iklan digital video "Gen Z Password-nya?" (<i>lanjutan</i>)	17
4	Contoh hasil riset	18
5	Contoh hasil riset (<i>lanjutan</i>)	19
6	<i>Treatment</i> naskah iklan digital video "Gen Z Password-nya?"	21
7	<i>Treatment</i> naskah iklan digital video "Gen Z Password-nya?" (<i>lanjutan</i>)	22
8	Analisis pesan naskah iklan digital video "Gen Z Password-nya?"	39
9	Analisis pesan naskah iklan digital video "Gen Z Password-nya?" (<i>lanjutan</i>)	39
10	Analisis pesan naskah iklan digital video "Gen Z Password-nya?" (<i>lanjutan</i>)	40
11	Analisis pesan naskah iklan digital video "Gen Z Password-nya?" (<i>lanjutan</i>)	41

DAFTAR GAMBAR

1	Iklan Bubblebox Laundry	7
2	Iklan Filosofi Pete	7
3	Iklan Dove "Rambut Aku Kata Aku"	8
4	Iklan Marjan Boudoin	8
5	Bagan Prosedur Kerja Penulisan Naskah	11
6	<i>Insight</i> Akun TikTok @ceritaanakjakarta pada Bulan April	13
7	<i>Insight</i> Akun Instagram @telkomsel_jakarta pada Bulan April	13
8	Contoh <i>Slide</i> 1 Iklan Poster	14
9	Contoh Sertifikat HKI Iklan Digital Video "Gen Z Password-nya?"	15
10	<i>Brainstorming</i> Bersama Tim PT Telekomunikasi Selular	19
11	Penggunaan Elemen <i>Dramatic Question</i>	24
12	Penggunaan Elemen <i>Emotional Content Scene</i> 6	25
13	Penggunaan Elemen <i>Emotional Content Scene</i> 9	25
14	Penggunaan Elemen <i>The Gift of Your Voice Tone</i> Tinggi	26
15	Penggunaan Elemen <i>Soundtrack Musik Upbeat</i>	26
16	Penggunaan Elemen Informasi ruang dan waktu	27
17	Penggunaan Elemen Kejadian atau Peristiwa	28
18	Penggunaan Elemen Tokoh atau Karakter	28
19	Penggunaan Elemen <i>Parenthetical</i>	28
20	Penggunaan Elemen <i>Dialog Scene</i> 5	29
21	Penggunaan Elemen Monolog pada <i>Scene</i> 6	29
22	Penggunaan <i>Overlapping</i> pada <i>Scene</i> 8	30
23	Penggunaan Transisi Adegan <i>Fade in</i>	30
24	Penggunaan Transisi Adegan <i>Cut to</i>	31
25	Penggunaan Transisi Adegan <i>Black Fade to</i>	31
26	Penggunaan Transisi Adegan <i>Dip to White</i>	32
27	Penggunaan Transisi Adegan <i>Fade out</i>	32
28	Contoh Tahap <i>Interest</i> pada <i>Scene</i> 4	35
29	Contoh Tahap <i>Desire</i> pada <i>Scene</i> 8	36
30	Contoh Penggunaan Tahap <i>Action</i>	36
31	Contoh <i>Scene</i> Sebelum Penyesuaian Naskah	37
32	Contoh <i>Scene</i> Setelah Penyesuaian Naskah	37



DAFTAR LAMPIRAN

1	Naskah Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?”	48
2	Publikasi Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?”	54
3	Surat Penerimaan Kerja Sama oleh Mitra	55
4	<i>Output</i> Iklan Digital Poster <i>Slide 2-Slide 5</i>	56
5	Proses <i>Shooting</i> Iklan Digital Video “Gen Z Password-nya?”	58
6	<i>Screening</i> Bersama Tim PT Telekomunikasi Selular	58
7	Foto Bersama Tim PT Telekomunikasi Selular	58