



# **PERANCANGAN NASKAH DENGAN MENGGUNAKAN MODEL AIDA PADA IKLAN PERURI SIGN DAN PERURI TERA**

**DINA ALLATY SILMI**



**PROGRAM STUDI 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 “Perancangan Naskah dengan Menggunakan Model AIDA pada Iklan Peruri Sign dan Peruri Tera” 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

Dina Allaty Silmi  
J0301201165

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

DINA ALLATY SILMI. Perancangan Naskah dengan Menggunakan Model AIDA pada Iklan Peruri Sign dan Peruri Tera. Dibimbing oleh HADIYANTO.

Peruri sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keamanan memperkenalkan inovasi bernama Peruri Solusi Bisnis Digital diantaranya Peruri Sign dan Peruri Tera. Peruri Sign merupakan inovasi tanda tangan digital yang diciptakan untuk menjamin kerahasiaan data, sedangkan Peruri Tera menjamin keaslian sebuah dokumen dengan stempel digital. Untuk mempromosikan produk tersebut, Peruri membutuhkan iklan komersial yang efektif. Proyek akhir ini bertujuan untuk membuat video iklan Peruri Sign dan Peruri Tera, yang berfokus dalam perancangan naskah yang menggunakan model AIDA (*Attention Interest Desire Action*). Metode yang digunakan dalam proyek ini melibatkan beberapa tahapan proses kreatif dalam merancang naskah yang dikembangkan oleh Anthony Friedmann, yaitu meneliti latar belakang, *brainstorming*, penyusunan konsep kreatif, pembuatan *treatment* naskah, penyusunan naskah pertama dan distribusi untuk mendapatkan umpan balik, serta penyempurnaan naskah hingga tahap akhir. Proyek akhir ini menghasilkan sebuah naskah yang menerapkan model AIDA untuk digunakan dalam produksi iklan Peruri Sign dan Peruri Tera. Naskah ini digunakan untuk menciptakan komunikasi yang efektif.

Kata kunci: AIDA, iklan komersial, Peruri Sign, Peruri Tera.

## ABSTRACT

DINA ALLATY SILMI. *Script Design Using the AIDA Model for Peruri Sign and Peruri Tera Advertisements. Supervised by HADIYANTO.*

*Peruri as a company engaged in security introduced an innovation called Peruri Digital Business Solutions which includes Peruri Sign and Peruri Tera. Peruri Sign is a digital signature innovation created to ensure data confidentiality, while Peruri Tera guarantees the authenticity of a document with a digital stamp. To promote these products, Peruri needs effective commercial advertising. This final project aims to create a video advertisement for Peruri Sign and Peruri Tera, which focuses on designing a script that uses the AIDA (Attention Interest Desire Action) model. The method used in this project involves several stages of the creative process in designing a script developed by Anthony Friedmann, namely researching background, brainstorming, creative conceptualization, script treatment, first script drafting and distribution to get feedback, and script refinement until the final stage. This final project produced a script that applied the AIDA model to be used in the production of Peruri Sign and Peruri Tera advertisements. This script is used to create effective communication.*

**Keywords:** AIDA, commercial advertising. Peruri Sign, Peruri Tera.

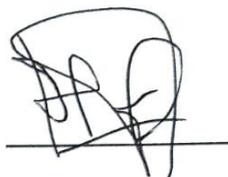
Judul Laporan : Perancangan Naskah dengan Menggunakan Model AIDA pada Iklan Peruri Sign dan Peruri Tera

Nama : Dina Allaty Silmi

NIM : J0301201165

Pembimbing:  
Ir. Hadiyanto, 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:  
02 Juli 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 SWT atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Tema yang dipilih dalam laporan proyek akhir yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Juni 2024 ini ialah perancangan naskah iklan, mulai dari proses kreatif dalam membuat naskah iklan sampai penerapan model AIDA dalam merancang pesan iklan, dengan judul “Perancangan Naskah dengan Menggunakan Model AIDA pada Iklan Peruri Sign dan Peruri Tera”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada ayah, ibu, serta keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Ir. Hadiyanto, M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji Laporan Akhir Bapak Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri) yang telah membersamai penulis dalam melaksanakan tugas akhir. Terima kasih penulis ucapkan juga untuk Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Dr. Hudi Santoso, S. Sos., M.P. dan dan juga Dekan Sekolah Vokasi IPB University Dr. Ir. Aceng Hidayat, M. T. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada anggota tim proyek akhir yang telah berkontribusi dalam pembuatan video iklan Peruri Sign dan Peruri Tera.

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

Bogor, Juli 2024

*Dina Allaty Silmi*

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 ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Periklanan	4
2.2 Proses Pengembangan Naskah Iklan	4
2.3 Desain Kreatif Iklan	5
2.4 Penulisan Naskah Format Iklan Televisi	7
2.5 <i>Copywriting</i>	8
2.6 Penerapan Model AIDA dalam Penulisan Naskah	8
III METODE	10
3.1 Lokasi dan Waktu	10
3.2 Subyek Proyek	10
3.3 Alat dan Bahan Proyek	10
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	11
3.5 <i>Output</i> Proyek	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Gambaran Proyek	15
4.2 Implementasi Proses Kreatif dalam Merancang Naskah Iklan Peruri Sign dan Peruri Tera	17
4.3 Penerapan Model AIDA dalam Rancangan Pesan Iklan Peruri Sign dan Peruri Tera	50
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	73



1	Referensi karya 1 iklan Peruri Sign	19
2	Referensi karya iklan Peruri Tera	20
3	Hasil pembuatan <i>creative brief</i> iklan Peruri Sign dan Peruri Tera	28
4	Hasil rancangan naskah pertama iklan Peruri Sign dan <i>feedback</i> Peruri	34
5	Hasil naskah pertama iklan Peruri Tera dan <i>feedback</i> Peruri	35
6	Anatomi <i>copywriting</i> iklan Peruri Sign dan Peruri Tera	36
7	Naskah iklan format televisi Peruri Sign	38
8	Naskah iklan format televisi Peruri Tera	41
9	<i>Storyboard</i> iklan Peruri Sign	45
10	<i>Storyboard</i> iklan Peruri Tera	47

## DAFTAR GAMBAR

1	Tahap proses produksi (Millerson dan Owens 2016)	12
2	Proses menulis naskah (Friedmann 2010)	13

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Rancangan anggaran biaya produksi	64
2	Surat perjanjian kerjasama anggota kelompok proyek akhir	65
3	Hasil pengambilan gambar iklan Peruri Sign sesuai dengan	67
4	Hasil pengambilan gambar iklan Peruri Tera sesuai dengan	69
5	Transkrip wawancara dengan Kepala Departemen <i>Brand</i>	71
6	Dokumentasi saat melakukan produksi iklan	72