

IMPLEMENTASI METODE AIDA DALAM PENULISAN NASKAH ‘IKLAN EDUKASI’ PENGGUNAAN AIR BERSIH DI PERUSAHAAN UMUM DAERAH TIRTA PAKUAN

ANAGATHA KILAN SASHIKIRANA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Implementasi Metode AIDA dalam Penulisan Naskah ‘Iklan Edukasi’ Penggunaan Air Bersih di Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan” 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 2025

Anagatha Kilan Sashikirana

RINGKASAN

ANAGATHA KILAN SASHIKIRANA. Implementasi Metode AIDA dalam Penulisan Naskah 'Iklan Edukasi' Penggunaan Air Bersih di Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan. *The Implementation of the AIDA Method in Writing an Educational Advertisement Script on Clean Water Usage at the Regional Public Company Tirta Pakuan*. Dibimbing oleh RICI TRI HARPIN PRANATA.

Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Pakuan yang merupakan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Kota Bogor membutuhkan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) untuk memudahkan edukasi kepada masyarakat terkait penggunaan air bersih. Tujuan proyek akhir ini adalah untuk membuat tiga iklan layanan masyarakat dengan satu tema besar yaitu 'iklan edukasi' penggunaan air bersih di PERUMDA Tirta Pakuan. Iklan layanan masyarakat tersebut dikonsepskan menjadi tiga kategori yaitu iklan sosialisasi, iklan promosi dan iklan edukasi. Iklan layanan masyarakat tidak hanya digunakan untuk meningkatkan edukasi tetapi juga untuk membangun citra dan kesadaran positif terhadap PERUMDA Tirta Pakuan.

Proyek akhir dilaksanakan dari bulan Februari-Mei 2025. *Output* dari proyek akhir ini adalah tiga video iklan layanan masyarakat berdurasi 3-4 menit, beserta Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Video ILM akan dipublikasi secara *online* dan *offline*. Publikasi *online* melalui platform resmi PERUMDA Tirta Pakuan, seperti media sosial. Publikasi *offline* melalui Halte PERUMDA Trans Pakuan dan pada saat sosialisasi lapangan oleh PERUMDA Tirta Pakuan. Target audiens dari ILM ini adalah pengguna dan calon pengguna air PDAM.

Iklan sosialisasi memiliki premis 'Penggunaan air bersih yang cukup dapat mencegah *stunting* di Kota Bogor' dengan topik *stunting*. Iklan promosi memiliki premis 'Pentingnya penggunaan air bersih dalam aktivitas sehari-hari' dengan topik pemanfaatan air. Iklan edukasi dalam proyek akhir ini memiliki premis 'Mengapa Air PDAM dikatakan sebagai Air Bersih' dengan topik proses pengolahan air PDAM. Proyek akhir pembuatan ILM ini meliputi penulisan naskah iklan. Prosedur kerja penulisan naskah iklan menggunakan teori produksi Gerald Millerson. Pembuatan naskah iklan memiliki rangkaian kegiatan yang kemudian dikelompokkan dengan tiga tahap produksi. Tahap pra produksi yaitu menemukan ide, melakukan riset, dan membuat kerangka. Tahap produksi naskah, yaitu menulis sinopsis, menentukan *treatment*, dan menulis naskah. Tahap pasca produksi yaitu *review*, dan finalisasi.

Implementasi metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) diperlukan dalam penulisan naskah iklan edukasi penggunaan air bersih di PERUMDA Tirta Pakuan Bogor. Metode AIDA digunakan sebagai acuan dalam penulisan naskah ILM yang terdiri dari iklan sosialisasi, iklan promosi dan iklan edukasi. Implementasi metode AIDA terletak pada narasi dan adegan dalam naskah, ditulis secara runut dari awal hingga akhir cerita. Proyek akhir ini menyimpulkan metode AIDA sesuai untuk diimplementasikan ke dalam naskah iklan karena elemen AIDA fokus untuk menarik perhatian, meningkatkan ketarikan, menimbulkan minat dan mendorong tindakan audiens untuk menggunakan produk.

Kata kunci: penulisan naskah, metode AIDA, iklan layanan masyarakat



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 2025¹
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.

IMPLEMENTASI METODE AIDA DALAM PENULISAN NASKAH 'IKLAN EDUKASI' PENGGUNAAN AIR BERSIH DI PERUSAHAAN UMUM DAERAH TIRTA PAKUAN

ANAGATHA KILAN SASHIKIRANA

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

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Ir. Hadiyanto, M.Si



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



Judul Laporan : Implementasi Metode AIDA dalam Penulisan Naskah 'Iklan Edukasi' Penggunaan Air Bersih di Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan

Nama : Anagatha Kilan Sashikirana
NIM : J0301211167

Disetujui oleh

Pembimbing :
Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si.

Diketahui oleh

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

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 19660717192031003

Tanggal Ujian:
30 Juni 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga proyek dan penulisan tugas akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Mei 2025 ini ialah pembuatan video iklan layanan masyarakat edukasi penggunaan air bersih, dengan judul “Implementasi Metode AIDA dalam Penulisan Naskah ‘Iklan Edukasi’ Penggunaan Air Bersih di Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan”.

Karya tulis ini tidak akan selesai tanpa bantuan, bimbingan, dorongan, dan doa semua pihak yang mendukung penyelesaian tugas akhir ini, penghargaan dan ucapan terima kasih ingin penulis sampaikan kepada :

1. Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, dan dukungan hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB, Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media, serta pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing yang telah memberikan motivasi, ilmu dan nasihat kepada penulis.
3. Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Pakuan Bogor yang telah bersedia menjadi mitra dalam proyek akhir ini, mendukung, memberi masukan dan memfasilitasi tim proyek akhir penulis.
4. Orang tua penulis, ayahanda Haidir Ali dan ibunda Rina Indriani yang telah memberikan kasih sayang, kehangatan, perhatian, bantuan dan motivasi kepada penulis. Doa serta usaha mereka yang tulus dan penuh cinta berhasil mengantarkan penulis pada titik ini. Kepada adik penulis, Keandra Arkana Lingga Huntara serta seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan.
5. Sahabat penulis, Azmy Deliana Putri dan Nashira Dautia Aghisna yang membuat masa perkuliahan semakin berkesan. Tim proyek akhir yang telah sama-sama berjuang, serta teman-teman semasa perkuliahan.
6. Rekan sebangkuan, Cakra, Mesa, Naufal, Vania, Indri, Kesya, Hasna, Fathur, Rafly, Ghiyats, Ananda, Najwa, Indira, Siti, Savaira, Mirzha, dan Aisyah yang banyak membantu dan menemani penulis selama masa bimbingan.

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

Bogor, Juli 2025

Anagatha Kilan Sashikirana

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
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	5
2.1 Iklan	5
2.2 <i>Script Writer</i>	8
2.3 Teknik Penulisan Naskah	9
2.4 Model AIDA	13
2.5 Proyek Terdahulu	15
III METODE	17
3.1 Lokasi dan Waktu	17
3.2 Subyek Proyek	17
3.3 Alat dan Bahan Proyek	17
3.4 <i>Timeline</i> Proyek	19
3.5 Prosedur Kerja Kegiatan	20
3.6 Output/ luaran Proyek	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Proyek	25
4.2 Produksi Naskah ‘Iklan Edukasi’ Penggunaan Air Bersih di Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan	27
4.3 Implementasi Metode AIDA dalam Penulisan Naskah ‘Iklan Edukasi’ Penggunaan Air Bersih di Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan	35
V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	105



DAFTAR TABEL

1	Proyek Terdahulu	16
2	Daftar Subyek Proyek	17
3	Daftar Alat Proyek	18
4	<i>Timeline</i> Proyek Akhir	20
5	Kerangka Iklan Sosialisasi	30
6	Contoh <i>shotlist</i> naskah iklan	33

DAFTAR GAMBAR

1	Tahapan produksi menurut teori Gerald Millerson (2009)	20
2	Bagan prosedur kerja <i>script writer</i> dalam produksi naskah iklan	22
3	Bagan prosedur kerja <i>script writer</i> dalam produksi naskah iklan	28
4	Observasi dan survey lapangan dengan informan petugas PDAM	29
5	Riset dengan informan tenaga kesehatan dan bidan	29
6	Sinopsis Iklan Promosi	31
7	<i>Treatment</i> Iklan Edukasi	31
8	Membuat naskah menggunakan <i>software</i> Final Draft	32
9	Penyesuaian naskah pada saat produksi	34
10	Naskah <i>voice over</i>	34
11	Implementasi elemen ' <i>Attention</i> ' dalam naskah iklan sosialisasi	36
12	Implementasi elemen ' <i>Attention</i> ' bagian kedua dalam naskah iklan sosialisasi	36
13	Implementasi elemen ' <i>Interest</i> ' dalam naskah iklan sosialisasi	37
14	Implementasi elemen ' <i>Interest</i> ' bagian kedua dalam naskah iklan sosialisasi	38
15	Implementasi elemen ' <i>Desire</i> ' dalam naskah iklan sosialisasi	39
16	Implementasi elemen ' <i>Action</i> ' dalam naskah iklan sosialisasi	40
17	Implementasi elemen ' <i>Attention</i> ' dalam naskah iklan promosi	41
18	Implementasi elemen ' <i>Interest</i> ' dalam naskah iklan promosi	42
19	Implementasi elemen ' <i>Desire</i> ' dalam naskah iklan promosi	43
20	Implementasi elemen ' <i>Action</i> ' dalam naskah iklan promosi	44
21	Implementasi elemen ' <i>Attention</i> ' dalam naskah iklan edukasi	45
22	Implementasi elemen ' <i>Interest</i> ' dalam naskah iklan edukasi	46
23	Implementasi elemen ' <i>Interest</i> ' bagian kedua dalam naskah iklan edukasi	46
24	Implementasi elemen ' <i>Desire</i> ' dalam naskah iklan edukasi	47
25	Implementasi elemen ' <i>Desire</i> ' bagian kedua dalam naskah iklan edukasi	47
26	Implementasi elemen ' <i>Action</i> ' dalam naskah iklan edukasi	48



DAFTAR LAMPIRAN

1	Kerangka Iklan Sosialisasi	57
2	Kerangka Iklan Promosi	58
3	Kerangka Iklan Edukasi	59
4	<i>Treatment</i> Iklan Sosialisasi	60
5	<i>Treatment</i> Iklan Promosi	61
6	<i>Treatment</i> Iklan Edukasi	62
7	Naskah Iklan Sosialisasi	63
8	Naskah Iklan Promosi	69
9	Naskah Iklan Edukasi	75
10	Naskah <i>Voice Over</i> Iklan Sosialisasi	80
11	Naskah <i>Voice Over</i> Iklan Promosi	81
12	<i>Shotlist</i>	83
13	<i>Review</i> hasil editan video ILM bersama mitra	88
14	Penayangan video ILM secara <i>offline</i>	88
15	Penayangan video ILM secara <i>online</i>	88
16	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Iklan Sosialisasi	89
17	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Iklan Promosi	92
18	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Iklan Edukasi	95
19	Surat Perjanjian Kerja Sama Proyek Akhir	89
20	Publikasi Video Iklan Sosialisasi	100
21	Publikasi Video Iklan Promosi	101
22	Publikasi Video Iklan Edukasi	102
23	Surat Pernyataan Penggunaan Hasil Video ILM	103