

- 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.

EKSPLORASI KREATIVITAS COPYWRITER DALAM PEMBUATAN NASKAH IKLAN KOMERSIAL PERURI ID

AURA TITANIA



**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 proyek akhir dengan judul “Eksplorasi Kreativitas *Copywriter* dalam Pembuatan Naskah Iklan Komersial Peruri ID” 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

Aura Titania
J0301201077

ABSTRAK

AURA TITANIA. Eksplorasi Kreativitas *Copywriter* dalam Pembuatan Naskah Iklan Komersial Peruri ID. Dibimbing oleh LEONARD DHARMAWAN.

Dalam era perkembangan teknologi informasi yang pesat, promosi menjadi penting untuk menarik minat calon pelanggan terhadap sebuah produk. Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri) adalah salah satu yang membutuhkan media promosi iklan audio visual, khususnya dalam bentuk iklan komersial, untuk mengenalkan dan memperkenalkan produk digital business solution mereka, termasuk Peruri ID. Peruri ID adalah Digital ID yang diterbitkan oleh Peruri untuk mengautentikasi identitas digital seseorang. Iklan komersial Peruri ID memerlukan penulisan naskah iklan yang persuasif, yang menjadi tugas utama seorang copywriter. Copywriter bertanggung jawab dalam menciptakan naskah iklan yang menarik sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

Kata kunci: Copywriter, iklan komersial, Peruri ID.

ABSTRACT

AURA TITANIA. Exploration of Copywriter Creativity in Scripting Peruri ID Commercial Advertisements. Supervised by LEONARD DHARMAWAN.

In the era of rapid development of information technology, promotion is important to attract potential customers to a product. The General Company for Printing Money of the Republic of Indonesia (Peruri) is one that requires audio-visual advertising promotional media, especially in the form of commercial advertisements, to introduce and introduce their digital business solution products, including Peruri ID. Peruri ID is a Digital ID issued by Peruri to authenticate a person's digital identity. Peruri ID commercial advertisements require persuasive ad copywriting, which is the main task of a copywriter. Copywriters are responsible for creating attractive advertising scripts so that the message to be conveyed can be conveyed properly.

Keyword: Copywriter, commercial advertising, Peruri ID.



Judul Laporan : Eksplorasi Kreativitas *Copywriter* dalam Pembuatan Naskah Iklan
Komersial Peruri ID
Nama : Aura Titania
NIM : J0301201077

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Leonard Dharmawan, S.P., 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 196607171992031003

Tanggal Ujian: 25 Juni 2024

Tanggal Lulus:

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 mengumunkan 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 proyek akhir yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Mei 2024 ini ialah periklanan dengan format TVC (television commercial), dengan judul “Eksplorasi Kreativitas *Copywriter* dalam Pembuatan Video Iklan Komersial Peruri ID”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen penguji Ir. Sutisna Riyanto, MS yang telah memberikan koreksi dan masukkan yang bermakna kepada penulis. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri) dan juga pada Kepala Departemen *Brand Management* Fiandy Fathoni 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 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 komersial Peruri ID.

Semoga laporan proyek akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi periklanan.

Bogor, Mei 2024

Aura Titania

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Komunikasi Pemasaran	4
2.2 Periklanan	5
2.3 Kreativitas	6
2.4 Media Periklanan	6
2.5 <i>Copywriting</i>	7
III. METODE	9
3.1 Lokasi dan Waktu	9
3.2 Alat dan Bahan	9
3.3 Prosedur Kerja	11
3.4 <i>Output</i> Proyek	13
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	14
4.1 Gambaran Umum Proyek Akhir	14
4.2 Eksplorasi Kreativitas <i>Copywriter</i> dalam Pembuatan Naskah Iklan Komersial Peruri ID	16
4.3 Penerapan Model AIDA dalam Naskah Iklan Komersial Peruri ID	34
V. SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	46



DAFTAR TABEL

1.	Rancangan Anggaran Biaya Iklan Komersial Peruri ID	15
2.	<i>Client Brief</i> Peruri ID	17
3.	Deskripsi Umum Produk Kompetitor	18
4.	Fitur Produk Kompetitor	18
5.	Referensi Karya Iklan Privy	19
6.	Referensi Karya Iklan Gojek	20
7.	Referensi Karya Iklan Peruri	20
8.	<i>Creative Brief</i> Peruri ID	21
9.	Pendekatan Rasional dalam Naskah Iklan Peruri ID	28
10.	Pendekatan Emosional dalam Naskah Iklan Peruri ID	28
11.	Gaya Bahasa dalam Naskah Iklan Peruri ID	29

DAFTAR GAMBAR

1.	Website Peruri ID	18
2.	Empat Bagian Dasar Naskah	24
3.	Anatomi <i>Copwriting</i> Naskah Iklan Peruri ID	25
4.	Naskah Iklan Peruri ID	27
5.	<i>Storyboard</i> Iklan Peruri ID	34
6.	<i>Scene</i> 1 Iklan Peruri ID	35
7.	<i>Scene</i> 4 Iklan Peruri ID	36
8.	<i>Scene</i> 5a Iklan Peruri ID	37
9.	<i>Scene</i> 5b Iklan Peruri ID	37
10.	<i>Scene</i> 9 Iklan Peruri ID	38
11.	<i>Scene</i> 10 Iklan Peruri ID	39

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Transkrip Wawancara	45
2.	Anggota Tim Proyek Akhir	46
3.	<i>Briefing</i> Talent Day 1	47
4.	<i>Briefing</i> Talent Day 2	47
5.	Proses MakeUp Talent oleh Creative Director	47