

- 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.

PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM PRODUKSI VIDEO IKLAN KOMERSIL SAMESTA PARAYASA SEBAGAI *MEDIA MARKETING*

UDAU BAGUS PERMADI



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

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul adalah karya Proses Kreatif Sutradara dalam Produksi Iklan Komersial Samesta Parayasa sebagai *Media Marketing*. 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

Udau Bagus Permadi
J0301211262

- 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.



RINGKASAN

UDAU BAGUS PERMADI 2025. Proses Kreatif Sutradara dalam Produksi Iklan Komersial Samesta Parayasa sebagai *Media Marketing* (The Creative Director's Process in the Production of Samesta Parayasa Commercial Advertising Videos as Marketing Media). Dibimbing oleh GURUH RAMDANI.

Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk dan menggiring seseorang untuk mengambil tindakan, yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan dan memberikan efek bagi konsumen pengguna produk komersial yang diiklankan. Iklan memerlukan proses kreatif dan kombinasi kemampuan berpikir *divergen* untuk menghasilkan gagasan baru dan berpikir *konvergen* untuk memilih dan mengembangkan gagasan terbaik.

Proyek ini bertujuan untuk membahas proses kreatif sutradara dalam sebuah produksi iklan komersial di perumahan Samesta Parayasa. Proses kreatif dapat diartikan dengan tindakan yang dilakukan oleh seorang untuk menciptakan suatu karya dengan melihat referensi terlebih dahulu dan tentunya memerlukan proses dan tahapan dalam memunculkan suatu ide dan karya. Proses kreatif ini mengguankan teori (Geneptore 1992) dari Finke, Ward, & Smith yang menjelaskan proses kreatif terbagi menjadi 2 yaitu, tahapan generatif dan tahapan eksploratif. Proses kreatif ini akan diimplementasikan kedalam produksi iklan komersial Samesta Parayasa yang dipimpin oleh seorang sutradara. Sutradara merupakan seseorang yang bertanggung jawab untuk menerjemahkan naskah ke dalam bentuk visual dan audio secara utuh, sesuai dengan visi kreatif yang diinginkan. Proses kreatif sutradara dapat menciptakan pendekatan unik dan orisinal dalam mengekspresikan cerita, karakter, dan estetika visual.

Hasil video Iklan Samesta Parayasa Media ini tentunya akan menjadi alat pemasaran yang bertujuan mendapatkan calon pelanggan baru, mengenalkan Samesta Parayasa melalui video iklan komersial, dan membangun kesadaran merk. Iklan ini akan ditampilkan di beberapa sosial media penjualan oleh Samesta Parayasa yaitu Instagram. Selain itu hasil video iklan Samesta Parayasa akan menjadi video yang akan ditunjukkan kepada calon pelanggan untuk menambahkan daya tarik dari pelanggan.

Kata Kunci : Proses Kreatif, Iklan Komersial, Sutradara, Samesta Parayasa.

PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM PRODUKSI VIDEO IKLAN KOMERSIL SAMESTA PARAYASA SEBAGAI *MEDIA MARKETING*

UDAU BAGUS PERMADI

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

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.

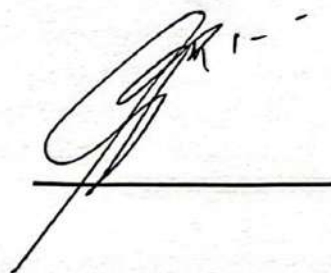
Judul Laporan : Proses kreatif Sutradara dalam Produksi Iklan Komersial Samesta
Parayasa sebagai *Media Marketing*

Nama : Uda Bagus Permadi
NIM : J0301211262

@Hak cipta milik IPB University

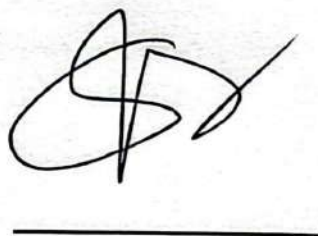
Disetujui oleh

Dosen Pembimbing :
Guruh Ramdani, SSn., MSn.
NPI. 201807197509181001



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: 28 Juli 2025

Tanggal Lulus :



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam proyek yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Juli 2025 ini dengan judul “Proses Kretaif Sutradara dalam Produksi Iklan Komersial Samesta Parayasa sebagai Media Marketing”. Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis banyak memperoleh dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Djunaidi S.T dan Elisabet Ding S.AP sebagai orangtua penulis. Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Guruh Ramdani, SSn., MSn yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Kepala Program Studi Komunikasi Digital dan Media atas ilmu dan bimbingan yang diberikan selama masa studi. Dr. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University atas kesempatan yang diberikan. Terima kasih juga kepada Reza Rinaldy selaku Kepala Marketing Samesta Parayasa yang memberikan perizinan, ilmu dan wawasan sebagai pengembangan proyek ini.

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

Bogor, 28 Juli 2025

Udau Baguis Permadi

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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	5
2.1 Definisi Kreatif	5
2.2 Konsep Iklan	5
2.3 Video Berbasis Storytelling	5
2.4 Pendekatan Soft Selling	6
2.5 Media Marketing	6
2.6 Penelitian Terdahulu	7
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu	11
3.2 Teknik Pengumpulan Data	11
3.3 Data dan Instrument	12
3.4 Metode Pengembangan	12
3.5 Rencana Kegiatan Proyek Akhir	12
3.6 Rincian Anggaran Biaya	13
3.7 Luaran Proyek	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Tahapan Proses Kreatif Generatif	17
4.2 Tahapan Proses Kreatif Eksploratif	32
4.3 Implementasi Proses Kreatif dalam Shooting	36
V SIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	47



DAFTAR TABEL

1	Rencana Kegiatan Proyek Akhir	12
2	Rincian Anggaran biaya Proyek Akhir	13

DAFTAR GAMBAR

1	Proses Menganalisa Ide Cerita	17
2	Data Pembeli Samesta Parayasa	18
3	Peta Domisili Pembeli Samesta Parayasa	18
4	Tipe Rumah Samesta Parayasa	19
5	Fasilitas Taman	20
6	Fasilitas Suttle bus	21
7	Konsep karakter utama dan Kawasan Samesta Parayaasa	22
8	Skenario di Script Iklan Samesta Parayasa	24
9	Scene Bangun Tidur	25
10	Scene Karakter menyiapkan Makanan	26
11	Scene Karakter utama memperkenalkan Kamar Tidur	26
12	Scene Karakter Utama di Taman	27
13	Scene Karakter membuka jendela	27
14	Scene Karakter Berlari di Kawasan Perumahan	28
15	Karakter Menunggu Suttle Bus	29
16	Scene di dalam kamar	30
17	Karakter Utama didalam Suttle	30
18	Scene karakter menunjukan lingkungan perumahan	31
19	Storyboard iklan Samesta Parayasa	32
20	Florplan Iklan Samesta Parayasa	33
21	Lokasi rumah showunit	34
22	Karakter utama dalam Iklan Samesta Parayasa	35
23	Sutradara Memimpin Proses Shooting	37
24	Shootlist pada saat Shooting	38

DAFTAR LAMPIRAN

1	Surat Pancatatan Ciptaan	43
2	Iklan komersial Samesta Parayasa di Instagram	44
3	Penayan Iklan dalam event Samesta Parayasa	45
4	Script dan Storyline Iklan Komersial Samesta Parayasa	46
5	Script dan Storyline Iklan Komersial Samesta Parayasa	46
6	Proses Shooting	47
7	Proses Shooting	47
8	Proses Shooting	48
9	Invoice Penyewaan Alat	49
10	Barcode Iklan Komersial Samesta Parayasa	49
11	Surat Kerja Sama Pihak Samesta Parayasa	50
12	Surat Pernyataan Penggunaan karya video iklan komersial Samesta Parayasa	51