

**PROSES PENULISAN NASKAH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
CHATBOT WHATSAPP SIBOBA
DI POLRES BOYOLALI**

NURMAYA SANKA ANGGRAENY



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

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Proses Penulisan Naskah Iklan Layanan Masyarakat *Chatbot* WhatsApp SIBOBA di Polres Boyolali” 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

Nurmaya Sanka Anggraeny
J0301211012

RINGKASAN

NURMAYA SANKA ANGGRAENY. Proses Penulisan Naskah Iklan Layanan Masyarakat *Chatbot* WhatsApp SIBOBA di Polres Boyolali (Script Writing Process for Public Service Announcement *Chatbot* WhatsApp SIBOBA at Boyolali Police Resort). Dibimbing oleh SUPARMAN dan ENDEN DARJATUL ULYA.

Pada era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan publik menjadi sangat penting, termasuk dalam sektor kepolisian. Polres Boyolali menghadirkan inovasi layanan berupa *chatbot* WhatsApp SIBOBA (Polisi Boyolali Baik) sebagai solusi untuk mendekatkan pelayanan kepolisian kepada masyarakat. *Chatbot* ini dirancang sebagai sistem digital yang menyediakan informasi layanan kepolisian dan fasilitas pengaduan yang dapat diakses secara fleksibel melalui jaringan internet. Namun, masih banyak masyarakat yang belum memahami cara penggunaan *chatbot* tersebut. Oleh karena itu, diperlukan media yang komunikatif dan menarik seperti video iklan layanan masyarakat (ILM) untuk mengedukasi publik mengenai keberadaan dan manfaat dari layanan digital ini.

Video iklan layanan masyarakat yang berjudul “Layanan dalam Genggaman SIBOBA” dengan *tagline* “SIBOBA Solusi Cepat Pelayanan Kepolisian” diproduksi untuk menjembatani komunikasi antara layanan digital kepolisian dan masyarakat. Penyusunan naskah video dilakukan oleh *scriptwriter* melalui beberapa tahapan kreatif mulai dari *briefing*, melakukan riset isu sosial, riset audiens, dan penentuan gaya bahasa, pengembangan ide melalui *mind mapping* yang mencakup penentuan tema dan topik utama, alur cerita, deskripsi karakter, serta ruang dan waktu, menyusun *draft* naskah, melakukan revisi *draft* naskah, hingga finalisasi. Penyusunan naskah iklan layanan masyarakat *chatbot* WhatsApp SIBOBA mengacu pada teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) agar pesan iklan disampaikan secara terstruktur dan optimal. Visual pembuka iklan layanan masyarakat *chatbot* WhatsApp SIBOBA menampilkan keindahan alam dan ikon khas Kabupaten Boyolali sebagai elemen *attention*, kemudian jembatan antara pembuka iklan dengan isi iklan yang mencerminkan unsur *interest* ditunjukkan dengan adegan tokoh utama menyapa tetangganya yang sedang mencari rumput di pinggir sawah, bagian isi ditunjukkan dengan *interest* yaitu adegan tokoh utama yang penasaran dengan stiker berisi informasi layanan *chatbot* WhatsApp SIBOBA. Kemudian *desire* ditunjukkan dengan adegan tokoh utama mencatat nomor WhatsApp SIBOBA. Penutup iklan diperkuat dengan *call to action* yang ditunjukkan dengan adegan himbauan persuasif dari polisi untuk masyarakat agar menggunakan layanan *chatbot* WhatsApp SIBOBA jika sewaktu-waktu mengalami gangguan kamtibmas seperti aksi balap liar. Video iklan tersebut dipublikasikan melalui tiga media berbeda yaitu instagram, TikTok, dan videotron yang dipilih untuk menjangkau audiens secara luas dari berbagai segmen usia dan latar belakang.

Strategi komunikasi yang tepat serta pemanfaatan media sosial dan luar ruang secara sinergis dalam publikasi video ILM *chatbot* WhatsApp SIBOBA mampu meningkatkan kesadaran publik terhadap keberadaan layanan ini. Narasi yang disusun secara terstruktur melalui model komunikasi AIDA menjadikan pesan utama yang disampaikan dalam iklan layanan masyarakat *chatbot* WhatsApp SIBOBA mudah dipahami oleh audiens target terutama masyarakat Kabupaten Boyolali.



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 2025
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.

PROSES PENULISAN NASKAH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT CHATBOT WHATSAPP SIBOBA DI POLRES BOYOLALI

NURMAYA SANKA ANGGRAENY

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



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.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Ika Sartika, S.Sn., M.Sn.



Judul Laporan : Proses Penulisan Naskah Iklan Layanan Masyarakat *Chatbot*
WhatsApp SIBOBA di Polres Boyolali

Nama : Nurmaya Sanka Anggraeny
NIM : J0301211012

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Ir. Suparman, M.M
NIP. 196303261987031001

Pembimbing 2:
Enden Darjatul Ulya, S. Pt., 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:
22 Juli 2025

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 proyek akhir yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Mei 2025 ini ialah layanan *chatbot* WhatsApp SIBOBA, dengan judul “Proses Penulisan Naskah Iklan Layanan Masyarakat *Chatbot* WhatsApp SIBOBA di Polres Boyolali”.

Penulis menyadari bahwa proyek ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan proyek. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya serta rasa hormat kepada orang tua penulis yaitu Bapak Sajuri dan Ibu Sri Rahayu. Terima kasih atas segala penghormatan, kasih sayang, serta segala bentuk tanggung jawab atas kehidupan layak yang telah diberikan. Terima kasih telah menyemangati penulis untuk dapat menyelesaikan studi dengan tepat waktu. Ir. Suparman, M.M. selaku dosen pembimbing pertama dan Enden Darjatul Ulya, S.Pt, M. Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberi saran serta masukan yang sangat berarti selama penyusunan proyek ini. Ika Sartika, S.Sn, M.Sn. selaku dosen penguji pada sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dan saran.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada rekan kerjasama yaitu Danisya Maharani, Humas Polres Boyolali, Sat Samapta Polres Boyolali, admin *Chatbot* WhatsApp SIBOBA Polres Boyolali, Brigpol Agus Kurniawan, Fredi Imawan, Arga D’Gank, serta owner Bandar Kopi atas kerja samanya yang luar biasa dan telah memberikan kontribusi besar dalam penyusunan proyek akhir ini. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, atas dukungan akademik yang diberikan selama penulis menempuh studi. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University. Kakak kandung dan adik kandung, Maulana Ilham Ario Seto dan Alisa Amelia yang telah memberikan motivasi dan dukungan penuh kepada penulis dalam menyelesaikan studi. Teman-teman seperjuangan dan seabimbingan, terima kasih telah membantu penulis dengan berbagi pengetahuan baru yang bermanfaat dan juga semangat yang diberikan.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat, serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi digital dan media.

Bogor, Juli 2025

Nurmaya Sanka Anggraeny

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
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	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Massa	5
2.2 Teori Komunikasi Massa	5
2.3 Iklan	6
2.4 Iklan Layanan Masyarakat	7
2.5 Video Iklan	8
2.6 Proses Produksi Video Iklan	8
2.7 Teori Villamil-Molina	10
2.8 Proses Penulisan Naskah Iklan	11
2.9 Teori AIDA	13
2.10 Videotron	14
2.11 Media Sosial	14
2.12 Proyek Terdahulu	17
III METODE	19
3.1 Lokasi dan Waktu	19
3.2 Teknik Pengumpulan Data	20
3.3 Subjek Proyek	20
3.4 Alat dan Bahan Proyek	20
3.5 Prosedur Kerja Kegiatan	20
3.6 Output Proyek	31
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Proyek	33
4.2 Proses Produksi Naskah Iklan Layanan Masyarakat <i>Chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	38
V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	77

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Proyek terdahulu	17
3	Jadwal produksi iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	24
3	Perlengkapan produksi iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	26
4	Properti produksi iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	27

DAFTAR GAMBAR

1	Tahapan produksi video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA menurut teori Villamil-Molina	21
2	Peralatan produksi iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	27
3	Penulis naskah mendampingi videografer dalam pengambilan gambar video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	28
4	Proses <i>editing</i> video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA menggunakan aplikasi CapCut	29
5	Pengujian video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA dengan metode FGD	30
6	Stiker informasi <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	33
7	Tampilan <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	34
8	Analitik postingan video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA pada akun instagram @polresboyolali	35
9	Analitik postingan video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA pada akun TikTok @polresboyolali1	36
10	Penayangan video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA pada videotron yang dikelola oleh Dinas Perhubungan Kabupaten Boyolali	37
11	Penayangan video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA pada videotron yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Boyolali	48
12	<i>Mind mapping</i> penentuan dan pengembangan ide	40
13	<i>Attention</i> ditunjukkan dengan pemandangan alam Gunung Merapi dan Merbabu serta ikon khas Kabupaten Boyolali	44
14	<i>Attention</i> ditunjukkan dengan adegan tokoh utama monolog dengan humor ringan	45
15	<i>Interest</i> ditunjukkan dengan adegan tokoh utama menyapa tetangganya yang sedang mencari rumput di pinggir sawah	45
16	<i>Interest</i> ditunjukkan dengan adegan tokoh utama penasaran dengan <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA dan <i>desire</i> ditunjukkan dengan mencatat nomor WhatsApp SIBOBA	46
17	<i>Action</i> ditunjukkan dengan adegan himbauan dari polisi untuk melaporkan aksi balap liar melalui <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA	47

DAFTAR LAMPIRAN

1	Diskusi bersama Kasi Humas Polres Boyolali	56
2	Bukti publikasi iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA di instagram @polresboyolali	56
3	Bukti publikasi iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA di TikTok @polresboyolali	57
4	Bukti publikasi iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA di videotron	57
5	Anggota tim proyek iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> SIBOBA	57
6	Naskah iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> Whatsapp SIBOBA	57
7	<i>Storyline</i> iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> Whatsapp SIBOBA	62
8	Jadwal <i>shooting</i> iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> SIBOBA	67
9	<i>Memorandum of Understanding</i> (MoU)	73
10	Surat pernyataan penggunaan video iklan layanan masyarakat <i>chatbot</i> WhatsApp SIBOBA oleh Polres Boyolali	75
11	Hak kekayaan intelektual	76