



PENYUTRADARAAN DALAM PRODUKSI IKLAN DI BATIK ORGANIK

SYLVIA NUR FITRIANA



**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 “Penyutradaraan dalam Produksi Iklan di Batik Organik” 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

Sylvia Nur Fitriana
J0301202299

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

SYLVIA NUR FITRIANA. Penyutradaraan dalam Produksi Iklan di Batik Organik. Dibimbing oleh WAHYU BUDI PRIATNA.

Batik diakui UNESCO sebagai warisan budaya dunia pada tanggal 2 Oktober 2009. Batik Organik, menggunakan bahan alami dan ramah lingkungan, semakin berkembang meskipun menghadapi tantangan dalam pemasaran. Promosi melalui iklan di media sosial seperti Instagram dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Proses pembuatan iklan meliputi pra produksi, produksi, dan pasca produksi, dengan sutradara yang berperan penting dalam mengubah naskah menjadi visual yang menarik. Laporan proyek akhir ini menjelaskan penyutradaraan dan proses produksi iklan di Batik Organik, berdasarkan data dari wawancara dan studi pustaka. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data laporan proyek akhir ini yaitu daftar pertanyaan, handphone, laptop, dan alat tulis. Penyutradaraan dilakukan oleh seorang sutradara dari awal hingga akhir, melalui tahapan persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Tahap pra produksi meliputi diskusi tim, ide kreatif, naskah, *storyboard*, biaya produksi, *talent*, lokasi syuting, dan jadwal, dan *reading* naskah. Tahap produksi meliputi *setting up*, *rehearsal*, *setting up shots*, dan *checking the tape*. Tahap pasca produksi *editing*, *preview*, dan publikasi.

Kata kunci: batik organik, iklan, sutradara.

ABSTRACT

SYLVIA NUR FITRIANA. *Directing in Advertising Production in Organic Batik. Supervised by WAHYU BUDI PRIATNA.*

Batik was recognized by UNESCO as a world cultural heritage on October 2 2009. Organic Batik, using natural and environmentally friendly materials, is increasingly developing despite facing challenges in marketing. Promotion through advertising on social media such as Instagram can attract consumers and increase sales. The advertising creation process includes pre-production, production, and post-production, with the director playing an important role in turning the script into attractive visuals. This final project report explains the directing and production process of advertisements at Batik Organik, based on data from interviews and literature study. The instruments used in collecting data for this final project report were a list of questions, cellphones, laptops and stationery. Directing is carried out by a director from start to finish, through the stages of preparation, incubation, illumination and verification. The pre-production stage includes team discussions, creative ideas, script, storyboard, production costs, talent, shooting location and schedule, and script reading. The production stage includes setting up, rehearsal, setting up shots, and checking the tape. Post-production stages of editing, preview and publication.

Keyword: *advertising, director, organic batic.*



Judul Laporan : Penyutradaraan dalam Produksi Iklan di Batik Organik
Nama : Sylvia Nur Fitriana
NIM : J0301202299

@Hak cipta milik IPB University

Pembimbing :

Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.
NIP. 19670410199103 1 001

Disetujui oleh



Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso, S.Sos.,
NPI. 20180719800524 1 001

Diketahui oleh



Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 4 Juli 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga laporan akhir ini berhasil diselesaikan. Proyek akhir dilaksanakan pada bulan Februari 2024 sampai April 2024, dengan judul “Penyutradaraan dalam Produksi Iklan di Batik Organik”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Bapak Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Ana Khairani dari Owner Batik Organik yang telah memberi izin dalam pembuatan proyek akhir berupa iklan video. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua, Bapak Mulyono dan Ibu Choirin Tina yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Terima kasih juga disampaikan kepada sahabat-sahabat penulis yang selalu memberi semangat dan membantu penulis dalam mengerjakan laporan akhir.

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

Bogor, Juli 2024

Sylvia Nur Fitriana



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	2
II TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1 Promosi	3
2.2 Iklan	5
2.3 Media Sosial	6
2.4 Sutradara	8
III METODE	10
3.1 Lokasi dan Waktu	10
3.2 Data dan Instrumen	10
3.3 Teknik Pengumpulan Data	11
3.4 Alat Project Akhir	11
3.5 Prosedur Kerja Kegiatan	12
3.6 Output Project	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	13
4.1 Gambaran Project	13
4.2 Penyutradaraan dalam Produksi Iklan di Batik Organik	14
4.3 Proses Produksi Iklan Video di Batik Organik	29
V SIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	46
RIWAYAT HIDUP	49



DAFTAR TABEL

1	<i>Moodboard</i> Batik Organik	18
2	<i>Storyboard</i> Iklan Batik Organik	32

DAFTAR GAMBAR

	Bagan Prosedur Kerja Pembuatan Proyek Iklan Batik Organik	12
	Gambaran Proyek Akhir Iklan Batik Organik	13
	<i>Outlet Gallery</i> Batik Organik	15
	Tampilan Instagram Batik Organik	16
	Tampilan <i>Feed</i> Instagram Batik Organik	17
6	Tampilan <i>Story</i> Instagram Batik Organik	17
7	Interaksi Melalui Komentar di Instagram	28
8	Pembuatan Konsep Bersama <i>Owner</i> Batik Organik	29
9	Diskusi Bersama <i>Owner</i> Batik Organik	31
10	Sutradara Memberikan Penjelasan Kepada <i>Script Writer</i>	38
11	Tampilan Aplikasi <i>Editing</i> Adobe Premiere	40

DAFTAR LAMPIRAN

1	Foto Bersama <i>Owner</i> Batik Organik	47
2	Persiapan <i>Talent</i> Sebelum Syuting	47
3	Pengecekan <i>Scene</i> dalam Naskah	47
4	Proses Syuting Iklan	48
5	Menentukan Posisi <i>Talent</i> Sebelum Syuting	48