



GAYA PENYUTRADARAAN REALISME DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PENGGUNAAN AIR BERSIH PADA PERUMDA TIRTA PAKUAN

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 mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

MUHAMMAD NAUFAL FADHLURRAHMAN



**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 “Gaya Penyutradaraan Realisme dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Penggunaan Air Bersih PERUMDA 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, Agustus 2025

Muhammad Naufal Fadhlurrahman
J1301211097

- 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 mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



MUHAMMAD NAUFAL FADHLURRAHMAN. Gaya penyutradaraan realisme dalam Pembuatan Video Iklan Layanan Masyarakat Penggunaan Air Bersih PERUMDA Tirta Pakuan. Dibimbing oleh Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si dan Tasya Camila Hamdani, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Laporan ini membahas penerapan gaya penyutradaraan realisme dalam pembuatan tiga video iklan layanan masyarakat (ILM) bersama PERUMDA Tirta Pakuan Kota Bogor. Tujuan utama proyek adalah mengedukasi masyarakat tentang pentingnya penggunaan air bersih melalui media audio-visual yang komunikatif dan menyangkut kehidupan sehari-hari. Tujuan dari proyek ini adalah untuk mengedukasi, menyosialisasikan, dan mempromosikan pentingnya air bersih melalui media video yang dibuat menggunakan pendekatan penyutradaraan realisme. Tiga video yang diproduksi terdiri dari iklan edukasi, sosialisasi, dan promosi, masing-masing menekankan aspek berbeda dari penggunaan air bersih.

Proyek ini berlangsung dari Februari hingga Mei 2025, dimulai dengan tahap pra-produksi yang mencakup *brainstorming*, penyusunan konsep, penulisan naskah, dan perencanaan teknis. Sutradara menjadi tokoh sentral yang memimpin jalannya produksi dari awal hingga akhir. tiga video ILM dikembangkan: video edukasi yang menjelaskan proses pengolahan air PDAM dari sumber hingga distribusi ke rumah warga; video sosialisasi yang mengangkat isu stunting dan pentingnya penggunaan air bersih selama masa kehamilan; serta video promosi yang membandingkan kualitas air tanah dan air PDAM untuk kegiatan harian seperti mencuci, minum, dan membersihkan rumah. Semua video memiliki durasi antara 2 hingga 3 menit.

Selama proses penyutradaraan, teori produksi dari Gerald Millerson digunakan sebagai dasar alur kerja yang terbagi menjadi tiga fase utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. peran sutradara sangat menonjol. Sutradara tidak hanya mengarahkan teknis pengambilan gambar dan ekspresi para *talent*, tetapi juga menjadi penentu utama dalam pemilihan lokasi, serta menjaga konsistensi gaya visual dan emosional agar tetap realistik dan efektif menyampaikan pesan. Pengambilan adegan proses pengolahan air di IPA Dekeng, atau penggambaran aktivitas warga sehari-hari seperti mencuci motor dan *jogging*, semua dilakukan dengan pendekatan natural.

Pasca-produksi dilakukan dengan penuh detail. Proses *editing* mempertahankan *tone* warna yang netral dan natural, penggunaan musik yang minim dan tidak mendominasi, serta pemilihan *footage* yang benar-benar memperkuat pesan. Video kemudian disebarluaskan melalui media sosial milik PERUMDA Tirta Pakuan dan videotron di titik strategis Kota Bogor seperti halte Trans Pakuan dan pusat keramaian lainnya. Penggunaan dua media ini media sosial yang bersifat interaktif dan videotron yang bersifat visual massal dipilih agar jangkauan pesan menjadi lebih luas dan efektif.

Kata kunci: air bersih, gaya penyutradaraan realisme, iklan layanan masyarakat, PERUMDA Tirta Pakuan, sutradara



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 mengulik 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.



GAYA PENYUTRADARAAN REALISME DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PENGGUNAAN AIR BERSIH PADA PERUMDA TIRTA PAKUAN

MUHAMMAD NAUFAL FADHLURRAHMAN

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



©Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Mulyono, S.Pt, MTI

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 mengulang 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 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 mengulang 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 : Gaya Penyutradaraan Realisme dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Penggunaan Air Bersih PERUMDA Tirta Pakuan

Nama : Muhammad Naufal Fadhlurrahman
NIM : J1301211097

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

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

Pembimbing 2:

Tasya Camila Hamdani, S.I.Kom.,
M.Med.Kom

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 karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 sampai bulan Juni 2025 dengan judul “Gaya Penyutradaraan Realisme dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat PERUMDA 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. Bapak Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si dan Ibu Tasya Camila Hamdani, S.I.Kom., M.Med.Kom, 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 Willy Murdianto dan ibunda Eva Mustika Ningrum yang telah memberikan kasih sayang, kehangatan, perhatian, bantuan dan motivasi kepada penulis. Kepada adik penulis, Afifah Nada Zahira serta kepada kakak Muhammad Rizqillah Raihan dan Tante dari Penulis Sari Murdiati serta seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan.
5. Rekan sebimbingan, 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, 1 Agustus 2025

Muhammad Naufal Fadhlurrahman



DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vi
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	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Digital	5
2.2 Iklan	5
2.3 Media Digital	7
2.4 Sutradara	7
2.5 Proyek Terdahulu	10
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu	13
3.2 Subyek Proyek	13
3.3 Alat dan Bahan Project	13
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	14
3.5 Output Project	15
3.6 Timeline Proyek	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Proyek	19
4.2 Strategi Sutradara dalam Pembuatan Video Iklan Layanan Masyarakat di PERUMDA Tirta Pakuan	20
4.3 Implementasi Gaya Penyutradaraan Realisme dalam Pembuatan Video Iklan Layanan Masyarakat di PERUMDA Tirta Pakuan.	29
V SIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	59

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 menggunakan kepentingan yang wajar IPB University.

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



1. Proyek terdahulu	10
2. Daftar Alat Proyek	13
3. Output Proyek	16
4. Daftar Rencana Kegiatan Proyek	17

DAFTAR GAMBAR

1 Teori Millerson (2009)	14
2 Diskusi <i>script</i>	21
3 <i>Scene</i> mamih, aa dan eneng	23
4 <i>Scene</i> nyuci motor	23
5 Instalansi pengolahan air dekeng	24
6 <i>Scene</i> Mimik wajah mamih	25
7 <i>Scene</i> rita lari	25
8 <i>Scene</i> tahap floakulasi	26
9 <i>Scene</i> ekspresi kesal	26
10 Briefing <i>talent</i>	27
11 <i>Scene</i> minum	28
12 Diskusi bersama editor	28
13 Distribusi video	29
14 <i>Script</i> iklan sosialisasi	31
15 <i>Scene</i> bersih-bersih	32
16 Ruang tamu	32
17 Halaman rumah	34
18 <i>Coffe shop</i>	34
19 Area jogging kebun raya	35
20 <i>Script</i> edukasi	36
21 Kamar tidur	37
22 IPA Dekeng	37

DAFTAR LAMPIRAN

1 Proses <i>shooting</i>	47
2 Briefing <i>talent</i>	47
3 Screening hasil video	48
4 Publikasi video	48
5. HKI Video iklan layanan masyarakat sosialisasi	49
6. HKI Iklan layanan masyarakat edukasi	51
7. HKI Iklan layanan masyarakat promosi	53
8. Surat perjanjian kerja sama proyek akhir dengan perumda tirta pakuan	55
9. Surat pernyataan penggunaan konten	57
10. Publikasi video iklan edukasi	58
11. publikasi video iklan sosialisasi	58
12. Publikasi video iklan promosi	58

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 menggunakan kepentingan yang wajar IPB University.

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