



# **PENERAPAN AIDA PADA STRATEGI PENULISAN NASKAH VIDEO PROMOSI TAMAN NASIONAL KEPULAUAN SERIBU**

**ANDINI DWITAMI**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI MEDIA DAN DIGITAL  
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 “Penerapan AIDA pada Strategi Penulisan Naskah Video Promosi Taman Nasional Kepulauan” 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, Juni 2024

Andini Dwitami  
J0301201182

## ABSTRAK

ANDINI DWITAMI. Penerapan AIDA pada Strategi Penulisan Naskah Video Promosi Taman Nasional Kepulauan Seribu. Dibimbing oleh SUTISNA RIYANTO.

Strategi promosi yang digunakan dalam proyek akhir ini yaitu menggunakan strategi AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) sebagai strategi pembuatan video promosi dengan media yang digunakan yaitu Instagram. Lokasi dari pembuatan video promosi yaitu di Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu dengan waktu pelaksanaan bulan Januari hingga Februari 2024. Tujuan dari pembuatan laporan akhir ini yaitu mengidentifikasi objek dan inovasi yang mempunyai nilai untuk pembuatan video promosi serta menerapkan strategi AIDA dalam video promosi Taman Nasional Kepulauan Seribu. Kepulauan Seribu memiliki objek dan inovasi yang memiliki nilai promosi yaitu *Mangrove Trail* “Joko Landro”, *Pemeliharaan Teripang, Arboretum Mangrove, dan Pelestarian Penyu*. *Attention* diupayakan melalui video promosi yang memanfaatkan kombinasi warna, tipografi, dan gambar yang menarik, menggunakan judul video promosi dengan *font* yang menarik dan *motion* yang bergerak. *Interest* dengan penerapan *tagline* atau judul yang menarik, serta narasi yang mendukung video promosi. *Desire* menerapkan narasi yang menginspirasi, insentif, dan ajakan. *Action* dilakukan melalui tindakan dengan narasi ajakan untuk bertindak, seperti mengunjungi website *Simpulseribu.id* dan *caption* di *Instagram @btn\_kep\_seribu*.

Kata Kunci: AIDA, kepulauan seribu, pariwisata, strategi promosi, video.

## ABSTRACT

ANDINI DWITAMI. *Application of AIDA in the Scriptwriting Strategy for the Promotional Video of Kepulauan Seribu*. Dibimbing oleh SUTISNA RIYANTO.

The promotion strategy used in this final project is the AIDA strategy (*Attention, Interest, Desire, and Action*) for creating promotional videos with Instagram as the medium. The location for the production of the promotional video is at the Thousand Islands National Park Office, with the implementation period from January to February 2024. The purpose of this final report is to identify objects and innovations that have value for the creation of promotional videos and to apply the AIDA strategy in the promotional video for the Thousand Islands National Park. The Thousand Islands have objects and innovations that hold promotional value, including the *Mangrove Trail "Joko Landro," Sea Cucumber Maintenance, Mangrove Arboretum, and Turtle Conservation*. *Attention* is sought through promotional videos that utilize a combination of attractive colors, typography, and images, using promotional video titles with appealing fonts and moving motion. *Interest* is achieved through the implementation of an attractive tagline or title, as well as a narrative that supports the promotional video. *Desire* is fostered through inspiring narratives, incentives, and calls to action. *Action* is driven through narrative calls to action, such as visiting the website *Simpulseribu.id* and the *caption* on *Instagram @btn\_kep\_seribu*.

Keyword: AIDA, thousand islands, tourism, promotion strategy, video.



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 2024  
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.*



# **PENERAPAN AIDA PADA STRATEGI PEMBUATAN NASKAH VIDEO PROMOSI TAMAN NASIONAL KEPULAUAN SERIBU**

**ANDINI DWITAMI**

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

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI MEDIA DAN DIGITAL  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**



**@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 : Penerapan AIDA pada Strategi Penulisan Naskah Video Promosi Taman Nasional Kepulauan Seribu  
Nama : Andini Dwitami  
NIM : J0301201182

Disetujui oleh:

Pembimbing:  
Ir. Sutisna Riyanto, M.S.

Diketahui oleh:

Ketua Program Studi:  
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., MP.  
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Acceng Hidayat, M.T.,  
NIP.196607171992031003

Tanggal Ujian:  
(26 Juni 2024)

Tanggal Lulus:

Harapan Diharapkan Mahasiswa  
1. Diharapkan sebagai mahasiswa yang memiliki kemampuan komunikasi dan keterampilan akademik  
a. Penguasaan bahasa dan kemampuan komunikasi, keterampilan, dan sikap kerja yang baik, penguasaan kemampuan penelitian kritis atau kemampuan menulis  
b. Penguasaan teknis, manajemen, kepemimpinan yang efektif yang sesuai IPB 3.0  
2. Diharapkan sebagai mahasiswa dan memiliki kemampuan sebagai mahasiswa yang dapat berkontribusi dalam IPB University



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Proyek akhir ini dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Mei 2024 dengan judul “Penerapan AIDA pada Strategi Penulisan Naskah Video Promosi Taman Nasional Kepulauan Seribu”.

Tujuan dari penulisan ini untuk laporan akhir. Menyadari penyusunan laporan akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing Bapak Ir.Sutisna Riyanto, Ms. yang telah membimbing dan banyak memberi saran dalam laporan akhir ini. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua, Masudih (Alm) dan Asri Widiasih serta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa serta dukungan secara moril maupun materil. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Hudi Santoso, Ssos, MP. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media serta seluruh Dosen dan juga Dekan Sekolah Vokasi Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu atas kesempatannya untuk melakukan proyek akhir di Kepulauan Seribu. Serta asisten Dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah mendukung dan memberikan ilmu selama penulis menjalankan studinya di Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor dan teman-teman Komunikasi Angkatan 57 karena telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga laporan akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2024

*Andini Dwitami*



## DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Proyek Akhir	3
1.4 Manfaat Proyek Akhir	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Promosi dalam Komunikasi Pemasaran	5
2.2 Promosi	6
2.2.1 Fungsi dan Tujuan Promosi	7
2.2.2 Media Promosi	7
2.3 Video	8
2.4 Model AIDA	9
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu	11
3.1.1 Lokasi Pelaksanaan	11
3.1.2 Waktu Pelaksanaan	11
3.2 Alat dan Bahan	12
3.2.1 Peralatan	12
3.2.2 Bahan	15
3.3 Prosedur Kerja	15
3.4 Luaran Produk	16
3.5 Metode Analisis	17
IV GAMBARAN UMUM TAMAN NASIONAL KEPULAUAN SERIBU	18
4.1 Geografis Taman Nasional Kepulauan Seribu	18
4.2 Demografis Taman Nasional Kepulauan Seribu	18
4.3 Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu	19
4.4 Potensi Sumber Daya Alam	19
V HASIL DAN PEMBAHASAN	20
5.1 Gambaran Proyek Akhir	20
5.2 Objek dan Inovasi Taman Nasional Kepulauan Seribu	28
5.3 Penerapan AIDA pada Strategi Promosi Kepulauan Seribu	31
5.3.1 Strategi Promosi Kepulauan Seribu	32
5.3.2 Penerapan AIDA pada Strategi Produksi Video Promosi Kepulauan Seribu	35
VI SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	47
RIWAYAT HIDUP	49

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.



## DAFTAR GAMBAR

1	Kamera Sony A6300	12
2	GoPro Hero 3	13
3	Drone DJI GoSpark	13
4	Lightdow Lighting	14
5	Saramonic	14
6	Pesan <i>Visual</i> Kepulauan Seribu	22
7	Naskah Video Promosi	23
8	Storyboard	25
9	<i>Subtitle</i>	27
10	Review Editing	28
11	<i>Mangrove Trail "Joko Londono"</i>	29
12	Pemeliharaan Teripang	29
13	Arboretum Mangrove	30
14	Pelestarian Penyu	31
15	Konsep AIDA	32
16	Pameran	33
17	Instagram @btn_kep_seribu	34
18	Youtube Kepulauan Seribu	35
19	Twitter Kepulauan Seribu	35
20	Judul Video Promosi	37
21	Pengambilan Gambar	37
22	Perbedaan Sebelum dan Sesudah Color Grading	38
23	Naskah Tahapan Interest	38
24	Visual Tahapan Interest	39
25	Naskah Tahapan Desire	39
26	Visual Tahapan Desire	40
27	Narasi Tahapan Action	41
28	Visual Tahapan Action	41

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi bersama staff BTN Kepulauan Seribu	47
2	<i>Shooting</i> Video Promosi	47
3	<i>Survey</i> Objek Kepulauan Seribu	48
4	Brainstorming Naskah	48

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.