



**PERANCANGAN *COPYWRITING* IKLAN TVC
“SUGUS STILL ALIVE”
UNTUK MENCIPTAKAN *BRAND AWARENESS*
PERMEN SUGUS**

SKRIPSI APLIKATIF

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana**

**Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising and
Marketing Communication**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun oleh :
RADIT PRATAMA PRIAWAN
44311010011

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN *COPYWRITING* IKLAN TVC “SUGUS
STILL ALIVE” UNTUK MENCIPTAKAN *BRAND
AWARENESS* PERMEN SUGUS

Nama : Radit Pratama Priawan

NIM : 44311010011

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising And Marketing Communication

UNIVERSITAS
Jakarta, Juli 2015
Mengetahui,
MERCU BUANA

Pembimbing I

(A.Judhie Setiawan., M.Si)

Pembimbing II

(Ananta Hari Noorsasetya., M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN *COPYWRITING* IKLAN TVC “SUGUS
STILL ALIVE” UNTUK MENCIPTAKAN *BRAN*
AWARENESS PERMEN SUGUS

Nama : Radit Pratama Priawan

NIM : 44311010011

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising And Marketing Communication

Jakarta, Juli 2015

Ketua Sidang,
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

()

Penguji Ahli,
Hersanyoto, S.Sos

()

Pembimbing I
A. Judhie Setiawan, M.Si

()

Pembimbing II
Ananta Hari Noorsasetya, M.Ikom

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI APLIKATIF

Judul : PERANCANGAN *COPYWRITING* IKLAN TVC “SUGUS
STILL ALIVE” UNTUK MENCIPTAKAN *BRAND
AWARENESS* PERMEN SUGUS
Nama : Radit Pratama Priawan
NIM : 44311010011
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising And Marketing Communication

Jakarta, Juli 2015

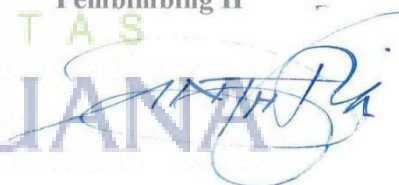
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

Pembimbing II



(A.Judhie Setiawan., M.Si)



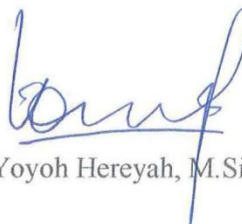
(Ananta Hari Noorsasetya., M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Advertising & Marcomm



(Dr.Agustina Zubair, M.Si.)



(Dr.Yoyoh Hereyah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Radit Pratama Priawan
NIM : 44311010011
Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri . Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain , maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
E3F50ADF30246555
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Jakarta, 24 Juli 2015

Radit Pratama Priawan

44311010011

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas berkat dan rahmat hidayatnya sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan perancangan Skripsi Aplikatif dengan judul “Perancangan *Copywriting* dalam Iklan TVC ‘*Sugus Still Alive*’ yang merupakan salah satu syarat akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana dalam menempuh gelar sarjana strata 1 (S1) Jurusan Advertising and Marketing Communication.

Proses pengerjaan Skripsi Aplikatif ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu, baik dari segi moral maupun material. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya dan dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang membantu :

1. Kepada Bapak Judhie Setiawan, M.Si selaku dosen pembimbing 1 skripsi yang selalu memberikan arahan, masukan, solusi dan semangat dalam pengerjaan skripsi aplikatif ini serta kesabarannya dalam menghadapi perilaku perancang yang pasti ada kekurangan.
2. Kepada Bapak Anantha Hari Noorsasetya S.Sn.,M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang dengan karakter khasnya yang banyak memberikan masukan yang berarti bagi perancang, serta menjadi penyelamat dalam penyelesaian perancangan ini.
3. Kepada Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Kepala Bidang Studi Advertising & Marketing Communication yang telah mengerti dan memahami perancang dan juga memberikan dukungan untuk selalu semangat menghadapi masa-masa perkuliahan,
4. Kepada keluarga perancang yang selalu memberikan dukungan baik dari segi moral maupun materil, Ibu, Bapak serta adik-adik perancang (Randi, Ragil, Rahardi).
5. Kepada Harvey Dalegi, partner sekaligus kerabat yang berjuang bersama perancang dalam masa-masa akhir perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi aplikatif ini. Serta kepada kerabat Kontrakkan GG Alami (Budi, Nizam Gondrong, Onoy) dan Rendy Yusuf (OT) yang selalu memberikan perancang tempat singgah dan peristirahatan yang nyaman, serta memberikan *refreshing* bagi perancang dalam penatnya dunia perkuliahan.

6. Kepada SD Islam Al-Azhar 8 Kembangan Jakarta Barat, khususnya kepada Bapak Kepala Sekolah (Bapak Kusnadi), Bapak Wakil Kepala Sekolah (Bapak Soleh), Ibu Lita (Guru pembimbing teater), bapak keamanan, anak-anak teater SDIA 8, serta seluruh murid SD Islam Al-Azhar 8 yang sangat luar biasa, yang telah memberikan perancang segalanya untuk dapat menyelesaikan proses syuting iklan ini.
7. Kepada *DoP* dan editor yang telah membantu menjalani proses syuting dan penyelesaian perancangan iklan ini, Abednego dan Bayu Indra. Serta Kepada para Kru Sugus Still Alive Project (Faisal Jawa, Sandindo, Clara, Ustad, Reja tunge, Aldhi Toha) yang dengan sukarela telah membantu proses syuting iklan ini.
8. Kepada teman teman Advertising & Marketing Communication 2009 dan 2010 serta teman teman Broadcasting 2010 (tim Kafe Nikmat) yang juga telah membantu perancang dalam memberikan pengalamannya dalam pelaksanaan perkuliahan maupun perancangan skripsi.
9. Kepada teman-teman seperjuangan Advertising & Marketing Communication 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah bersama-sama perancangan dalam melaksanakan perkuliahan dari awal hingga saat ini.
10. Kepada teman-teman dan orang-orang terdekat perancang yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang kerap memberikan dukungan semangat kepada perancang dalam menyelesaikan perancangan ini.

Perancang menyadari bahwa dalam penulisan skripsi aplikatif ini masih jauh dari kesempurnaan, karena perancang juga masih dalam tahap pembelajaran dengan minimnya referensi. Oleh Karena itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat perancang harapkan demi memperbaiki skripsi aplikatif in

Jakarta, Mei 2015

Radit Pratama Priawan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Permasalahan	9
1.3.Tujuan Perancangan.....	10
1.4.Manfaat Perancangan.....	10
1.4.1.Manfaat Akademis	10
1.4.2.Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Periklanan	11
2.1.1.Tujuan Periklanan.....	12
2.1.2.Manfaat Periklanan.....	15
2.1.3.Media Periklanan	18
2.1.4.Jenis Periklanan	19
2.1.5.Iklan Komersil	20
2.2.Brand Awareness	21
2.3.Iklan TVC	22
2.4.Copywriter	25
2.4.1.Pengertian Copywriter	25

2.4.2. Penerapan kerja <i>Copywriter</i> dalam pembuatan Iklan TVC	27
2.4.3. Penulisan Naskah (<i>Script</i>) TVC.....	30
2.4.4. Prinsip dasar menulis naskah iklan TVC	31
2.4.5. Istilah-istilah dalam pembuatan Naskah TVC	32
2.5. Produksi Iklan TVC	37
2.5.1. Tahap Pra Produksi	38
2.5.2. Tahap Produksi	39
2.5.3. Tahap Pasca Produksi	40
2.5.4. Media Planning and Buying	41
2.6. Tema 90 an	41
2.7. Huruf / Tipografi.....	42

BAB III KONSEP PERANCANGAN

3.1. Tujuan Komunikasi.....	44
3.2. Strategi Kreatif.....	45
3.2.1. Konsep Dasar.....	45
3.2.2. Alasan Pemilihan TVC	47
3.2.3. Gambaran Isi pesan dan media promosi.....	47
3.3. <i>Marketing Brief & Creative Brief</i>	48
3.3.1. <i>Marketing Brief</i>	48
3.3.2. <i>Creative Brief</i>	51
3.4. Analisa Spesifikasi Program	55
3.4.1. Gambaran Rancangan Bentuk TVC	55

3.5. <i>Big Idea</i>	57
3.5.1. Tema	57
3.5.2. Sinopsis	57
3.5.3. <i>Storyline</i>	58
3.6. Konsep Tipografi	62
3.7. <i>Time Table</i>	63
3.8. Biaya Produksi	63
3.8.1. Biaya <i>Copywriter</i>	63
3.8.2. Biaya Keseluruhan	64

BAB IV

ANALISIS PROSES

4.1. Tahapan Produksi	65
4.1.1. Pra Produksi	65
4.1.1.1 Pembuatan Konsep Iklan	65
4.1.1.2 Pembuatan <i>Storyline / Script</i>	66
4.1.1.3 Pembuatan <i>Storyboard</i>	66
4.1.1.4 Memilih <i>Director of Photography (DoP)</i>	66
4.1.1.5 Pencarian Tempat	66
4.1.1.6 Pencarian <i>Talent</i>	67
4.2.2. Produksi	67
4.1.3, Paska Produksi	68
4.2. Lembar Kerja Produksi	68
4.2.1. Lembar Kerja <i>Copywriter</i>	68

4.2.1.1 Pembuatan <i>Storyline</i>	69
4.2.1.2 Teks dalam Iklan.....	69
4.2.1.3 Pemilihan Font	71
4.2.2. Lembar Kerja Produser & Sutradara	71
4.2.2.1. <i>Breakdown Shooting</i>	72
4.2.2.2. Peralatan	73
4.2.2.3. Merencanakan dan Merancang Syuting.....	74
4.2.2.4. Mengarahkan DoP	74
4.2.2.5. Mengarahkan para <i>talent</i> dan figuran	76
4.2.2.6. Mengatur Pengambilan Gambar	78
4.2.3. Lembar Kerja Editor	79
4.3. Kendala dan Pemecahan	80

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA