



**STRATEGI PERENCANAAN IKLAN MELALUI *WEB SERIES*
“*INSECURE*” SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS PADA *EVERSKIN CLINIC***

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising*

Disusun Oleh

FIRMANSYAH RIZKY SANTOSO

44317110041

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Firmansyah Rizky Santoso

NIM : 44317110041

Konsentrasi : Marketing Communication & Advertising

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul : **Strategi Perencanaan Iklan Melalui Web Series "Insecure" Sebagai Media Promosi Dalam Membangun Brand Awareness Pada Everskin Clinic** merupakan hasil karya sendiri yang benar atas keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusan dari pihak Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi. Demikianlah Pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 27 Februari 2022



(Firmansyah Rizky Santoso)

Dosen Pembimbing 1

(Engga Probi Endri, M.A)

Dosen Pembimbing 2

(Gadis Octory, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI PERENCANAAN IKLAN MELALUI *WEB*
*SERIES "INSECURE" SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA EVERSIN
CLINIC***

Nama : Firmansyah Rizky Santoso

Nim : 44317110041

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta 27 Februari 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1
(Engga Probi Endri, M.A)

Dosen Pembimbing 2
(Gadis Octory, M.Ikom)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR LULUS SIDANG AKHIR

Judul Skripsi : **STRATEGI PERENCANAAN IKLAN MELALUI *WEB*
*SERIES "INSECURE" SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA EVERSKIN
CLINIC***

Nama : Firmansyah Rizky Santoso

Nim : 44317110041


Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta 27 Februari 2022

1. Ketua Sidang

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

()

2. Penguji Ahli

Dewi Sad Tanti, M.Ikom

()

3. Dosen Pembimbing 1

Engga Probi Endri, M.A

()

4. Dosen Pembimbing 2

Gadis Octory, M.Ikom

()



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **STRATEGI PERENCANAAN IKLAN MELALUI *WEB*
*SERIES "INSECURE" SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA EVERSKIN
CLINIC***

Nama : Firmansyah Rizky Santoso

Nim 44317110041

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 27 Februari 2022

Disetujui Dan Diterima Oleh,

Pembimbing 1
(Engga Probi Endri, M.A)

Pembimbing 2
(Gadis Octory, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Advertising & Marcomm

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

**Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi**

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga saya dapat memulai dan menyelesaikan tugas akhir aplikatif dengan judul Perencanaan Strategi Perencanaan Iklan Melalui *Web Series "Insecure"* dengan baik. Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan tugas akhir aplikatif di Universitas Mercu Buana. Tidak dapat dipungkiri bahwa membutuhkan kerja keras dan komitmen untuk dapat menyelesaikan karya ini. Dan ini semua tidak akan berjalan dengan lancar tanpa orang - orang yang terlibat disekiling saya yang membantu dan terus mendukung saya hingga tugas akhir ini bisa terlaksana dan selesai dengan sangat baik.

Terima kasih saya sampaikan kepada Ibu saya tercinta Yanti Rahayu yang terus memberikan doa, dukungan dan semangat kepada saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tak lupa pula banyak terima kasih saya ucapkan kepada kedua Dosen Pembimbing saya Bapak Engga Probi Endri dan Ibu Gadis Octory yang telah dengan baik membimbing saya dan terus memberikan masukan dan saran yang sangat berguna bagi saya saat mengerjakan tugas akhir ini, terima kasih juga saya ucapkan kepada kedua rekan sekaligus sahabat saya Alifia Husna dan Jessica Andika yang juga menjadi bagian besar dari tugas aplikatif ini. Serta semua teman – teman yang selalu memberikan dukungan dan saran kepada saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for always being a giver and trying to give more than I receive, for trying to do more right than wrong, for just being me at all times.* Di akhir kalimat saya meminta maaf apabila ada kata yang kurang berkenan atau ada kesalahan dalam laporan ini.

Tangerang, 14 Februari 2022

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana



Firmansyah Rizky Santoso

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR LULUS SIDANG AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	5
1.5 Pembatasan Rancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	5
1.6.1 Manfaat Akademis.....	6
1.6.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7

2.2 Pemetaan Kerangka Konsep Teori	10
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	10
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
2.2.3 Periklanan	16
2.2.4 <i>Softselling</i>	18
2.2.5 <i>Web Series</i>	18
2.2.6 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2.7 Konsep Praktis Perencanaan Periklanan	22
BAB III	25
KONSEP PERANCANGAN.....	25
3.1 Tujuan Komunikasi	25
3.2 Strategi Komunikasi.....	25
3.2.1 <i>Creative Brief</i>	25
3.2.2 <i>Media Brief</i>	27
3.3 Analisa Spesifikasi Program	29
3.4 Konsep Perancangan	32
3.4.1 Rencana Pra Produksi.....	33
3.4.2 Rencana Produksi	34
3.4.3 Rencana Pasca Produksi	35
3.5 Tolak Ukur Keberhasilan	36
BAB IV	37
ANALISIS PROSES.....	37
4.1 Deskripsi Tayangan.....	37
4.2 Pra Produksi	40
4.3 Produksi.....	47

4.4 Pasca Produksi.....	56
BAB V	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71
Daftar Riwayat Hidup Peneliti	71
Dokumentasi Wawancara Dengan Pihak Everskin	72
Hasil Observasi Klinik	73
<i>Media Sosial Existing</i>	74
<i>Storyboard</i>	82
<i>Barcode link Video</i>	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Landasan Teori	9
Tabel 2. 2 Tabel SKKNI	24
Tabel 3. 1 Tabel Creative Brief.....	27
Tabel 3. 2 Tabel Media Brief.....	28
Tabel 3. 3 Tabel Tujuan Pemasaran.....	28
Tabel 3. 4 Tabel Target Audiens.....	29
Tabel 3. 5 Tabel Saluran Media	29
Tabel 3. 6 Tabel Rencana Jadwal Tayang	29
Tabel 3. 7 Tabel Anggaran.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hubungan antar Tiga komponen sikap	12
Gambar 2. 2 Piramida Brand Awareness	20
Gambar 4. 1 Dokumentasi saat pertemuan dengan pihak everskin clinic.	46
Gambar 4. 2 Dokumentasi saat pertemuan dengan pihak everskin clinic.	46
Gambar 4. 3 Dokumentasi Storyboard sebagai visual awal adegan	48
Gambar 4. 4 Dokumentasi Storyboard sebagai visual awal adegan	48
Gambar 4. 5 Dokumentasi saat survey lokasi ke everskin clinic.....	49
Gambar 4. 6 Dokumentasi saat survey lokasi ke everskin clinic.....	49
Gambar 4. 7 Dokumentasi saat survey lokasi ke everskin clinic.....	50
Gambar 4. 8 Dokumentasi saat survey lokasi ke kozyhub Pos Pengumben.....	50
Gambar 4. 9 Dokumentasi saat survey lokasi ke kozyhub Pos Pengumben.....	51
Gambar 4. 10 Dokumentasi saat survey lokasi ke kozyhub Pos Pengumben.....	51
Gambar 4. 11 Dokumentasi saat survey lokasi ke Reddoorz Kelapa Dua.....	52
Gambar 4. 12 Dokumentasi saat survey lokasi ke Reddoorz Kelapa Dua.....	52
Gambar 4. 13 Dokumentasi saat survey lokasi ke Reddoorz Kelapa Dua.....	53
Gambar 4. 14 Dokumentasi saat proses syuting pengambilan gambar	54
Gambar 4. 15 Dokumentasi saat proses syuting pengambilan gambar dan pengarahan talent.	54
Gambar 4. 16 Dokumentasi saat proses syuting pengambilan gambar dan pengarahan talent.	55
Gambar 4. 17 Dokumentasi saat proses syuting pengambilan gambar dan pengarahan talent.	55
Gambar 4. 18 Software yang digunakan oleh penulis untuk melakukan proses editing.	56
Gambar 4. 19 Tangkapan layar saat penulis melakukan proses editing.	57
Gambar 4. 20 Tangkapan layar saat penulis melakukan proses editing.	57

Gambar 4. 21 Tangkapan layar saat penulis melakukan proses editing.	57
Gambar 4. 22 Tangkapan layar saat penulis melakukan proses editing.	58
Gambar 4. 23 Tangkapan layar saat penulis melakukan proses editing.	58
Gambar 4. 24 Tangkapan layar dari akun youtube everskin clinic.....	59
Gambar 4. 25 Tangkapan layar dari akun youtube everskin clinic untuk episode 1	59
Gambar 4. 26 Tangkapan layar dari akun youtube everskin clinic untuk episode 2	60
Gambar 4. 27 Tangkapan layar dari akun youtube everskin clinic untuk episode 3	60
Gambar 4. 28 Tangkapan layar media sosial isntagram everskin clinic.....	61
Gambar 4. 29 Tangkapan layar media sosial isntagram everskin clinic.....	61
Gambar 4. 30 Tangkapan layar media sosial isntagram everskin clinic.....	62
Gambar 4. 31 Tangkapan layar media sosial isntagram everskin clinic.....	62
Gambar 4. 32 Tangkapan layar pada feed media sosial everskin clinic saat mengumumkan giveaway.....	63
Gambar 4. 33 Tangkapan layar pada feed media sosial everskin clinic saat mengumumkan pemenang giveaway.....	64
Gambar 4. 34 Tangkapan layar untuk hasil survey yang telah dilakukan.	65
Gambar 4. 35 Tangkapan layar untuk hasil survey yang telah dilakukan.	66