



**PERENCANAAN KREATIF DAN PRODUKSI *WEB SERIES*
“*INSECURE*” UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*
KLINIK KECANTIKAN EVERSIN**

TUGAS AKHIR
APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

Alifia Husna Dianti

44317110010

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alifia Husna Dianti
NIM : 44317110010
Konsentrasi : Marketing Communication & Advertising

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul : **Perencanaan Kreatif dan Produksi *Web Series "Insecure"* Untuk Membangun *Brand Awareness* Klinik Kecantikan *Everskin*** 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



(Alifia Husna Dianti)

Dosen Pembimbing 1 Dosen Pembimbing 2 Ketua Bidang Studi

(Engga Probi Endri, M.A)

(Gadis Octory, M.Ikom)

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **PERENCANAAN KREATIF DAN PRODUKSI *WEB SERIES***
“INSECURE” UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS
KLINIK KECANTIKAN EVERSIN

Nama : Alifia Husna Dianti
Nim : 44317110010
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 TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **PERENCANAAN KREATIF DAN PRODUKSI *WEB SERIES***
“INSECURE” UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS
KLINIK KECANTIKAN EVERSIN

Nama : Alifia Husna Dianti
Nim : 44317110010
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 : **PERENCANAAN KREATIF DAN PRODUKSI *WEB SERIES*
“INSECURE” UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS
KLINIK KECANTIKAN EVERSIN**

Nama : Alifia Husna Dianti
Nim : 44317110010
Jurusan : Marketing Communication & Advertising
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 27 Februari 2022 Disetujui
Dan Diterima Oleh,

Pembimbing 1

Pembimbing 2



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Engga Probi Endri, M.A)

(Gadis Octory, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Advertising & Marcomm

Dekan Fakultas IlmuKomunikasi



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat ridhaNya, Tugas akhir aplikatif ini dapat disusun dengan baik. Tugas Akhir berjudul Perencanaan Kreatif dan Produksi Web Series “Insecure” Untuk Membangun Brand Awareness Klinik Kecantikan Everskin ini disusun guna memberikan wawasan terkait dengan peran Creative Director dalam produksi Web Series sehingga tujuan untuk membangun brand awareness terhadap Everskin Clinic dapat tercapai. Dalam laporan tugas akhir ini dijelaskan proses penyusunan konsep kreatif, proses produksi hingga pasca produksi dalam pembuatan Web Series “Insecure”.

Terima kasih saya haturkan kepada kedua dosen pembimbing saya, Ibu Gadis Octory dan Bapak Engga Probi atas setiap masukan dan bimbingan dari awal hingga akhir tugas akhir saya selesai. Saya juga berterimakasih kepada kedua sahabat sekaligus rekan saya dalam penyusunan tugas akhir ini, Firmansyah sebagai Strategic Planner & Jessica selaku Media Planner, karena tanpa mereka, saya akan menghabiskan setiap akhir pekan sendiri untuk menggarap tugas akhir ini. Selain itu tak lupa terima kasih saya ucapkan kepada pihak Everskin selaku mitra tugas akhir aplikatif, serta pihak-pihak lain yang membantu dalam memberikan inspirasi dan informasi dalam tugas akhir ini.

Akhir kata saya juga ingin mengapresiasi setiap pengorbanan dan semangat saya karena dengan kedua hal tersebut, saya dapat terus berjuang menyelesaikan tugas ini hingga selesai, meskipun banyak rintangan yang turut menjadi “bumbu” dalam proses penyusunan, namun saya dapat mengolahnya dengan baik hingga menjadikan tugas akhir ini “matang”.

Sebelumnya saya mohon maaf apabila terdapat kata-kata yang kurang berkenan, karena saya juga menyadari sepenuhnya bahwa di dalam tugas akhir ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna.

Jakarta, Februari 2022

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Alifia Husna Dianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR LULUS TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
Kata Pengantar	vi
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
Creative Brief	4
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Perancangan	11
1.4 Alasan Pemilihan Judul	11
1.5 Pembatasan Rancangan	11
1.6 Manfaat Perancangan	12
1.6.1 Manfaat Akademis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
KERANGKA / DASAR PEMIKIRAN	13
2.1 Pemetaan Konsep	13
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2 Kreativitas & Ide Kreatif	17
2.2.3 Iklan Seri Web (<i>Web Series</i>)	18
2.2.4 Komunikasi Audio Visual	18
2.2.5 Storyboard	19
2.2.6 Alur Cerita/ <i>Storyline</i>	20
2.3 Referensi Karya & Penelitian Terdahulu	20

2.4 Konsep Praktis Strategi Kreatif dan Pembuatan Iklan	22
BAB III	24
KONSEP PERANCANGAN	24
3.1 Tujuan Komunikasi	24
3.2 Strategi Komunikasi	24
3.3 Analisa Spesifikasi Program	25
3.4 Konsep Perancangan	31
3.4.1 Rencana Pra Produksi	31
3.4.2 Rencana Pasca Produksi	34
3.5 Tolak Ukur Keberhasilan	35
BAB IV	36
ANALISIS PROSES	36
4.1 Deskripsi Tayangan	36
4.2 Pra Produksi	37
4.3 Produksi	41
4.4 Pasca Produksi	44
4.4.1 <i>Editing</i> video	44
4.4.2 Promosi pra publikasi <i>Web Series</i>	44
4.4.3 Publikasi <i>Web Series</i>	46
4.4.4 Promosi <i>web series</i>	46
4.4.5 Evaluasi tolak ukur keberhasilan <i>Web Series</i>	47
BAB V	55
PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
Lampiran	60
<i>FORM PROFIL TALENT</i>	72