

**PENGGUNAAN TEKNIK PERSONA DALAM MEMBUAT  
KONSEP VIDEO IKLAN INTERNET PUYO DESSERTS**

**Skripsi Penciptaan**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn.)



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Kevin Anggara  
NIM : 00000019041  
Prodi : Televisi dan Film  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2019**

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Anggara

NIM : 00000019041

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni dan Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Skripsi:

### **PENGGUNAAN TEKNIK PERSONA DALAM MEMBUAT KONSEP VIDEO IKLAN INTERNET PUYO DESSERTS**

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Seni (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 11 Januari 2019

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above the name Kevin Anggara.

Kevin Anggara

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGGUNAAN TEKNIK PERSONA DALAM MEMBUAT KONSEP VIDEO IKLAN INTERNET PUYO DESSERTS

Oleh

Nama : Kevin Anggara  
NIM : 00000019041  
Program Studi : Film dan Televisi  
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 11 Januari 2019

Pembimbing



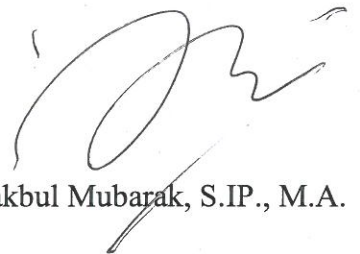
Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn.

Penguji




Baskoro Adi Wuryanto, S.E., M.M.

Ketua Sidang



Makbul Mubarak, S.IP., M.A.

Ketua Program Studi



Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.

## PRAKATA

Bagi penulis, media video bisa menjadi penyampai pesan yang menarik dan unik. Siapapun bebas berkreasi lewat media ini untuk menyampaikan gagasan/ide yang ada di kepalanya. Hal ini membuat penulis tertarik untuk menjadi *creative director* dalam pembuatan konsep video iklan *PUYO Desserts*.

Alasan mengapa topik ini perlu dibaca oleh orang lain adalah untuk menjadi pembelajaran dan acuan untuk para *creative director* yang ingin menjadikan media video sebagai tempat untuk berekspresi dan menyampaikan pesannya. Selama pengerjaan laporan Tugas Akhir ini, penulis bertemu dan bekerja sama dengan orang-orang baru, termasuk dari dalam kelompok dan juga pihak klien. Penulis berharap para pembaca dapat menggunakan teknik yang sama dengan yang penulis gunakan untuk membuat konsep video iklan.

Penulis sadar laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan-bantuan dari luar. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang sudah membantu seslesainya laporan Tugas Akhir ini:

1. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.
2. Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn.
3. Baskoro Adi Wuryanto, S.E., M.M.
4. Makbul Mubarak, S.IP., M.A.
5. Ari Dina Krestiwawan, S.Sos., M.Sn.

Tidak lupa juga segenap keluarga yang sudah mendukung, serta teman-teman dekat yang sudah membantu, Reza Yohanes, Rachel Feliana, Bunga Cinta, Fritzie Kasamira, dan yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih, karena tanpa kalian, tugas ini tidak akan selesai dengan baik.

Tangerang, 11 Januari 2019

Kevin Anggara

## ABSTRAKSI

Sebagai *creative director* pada tugas akhir ini, penulis bertugas untuk membuat konsep video yang sesuai dengan target *market* PUYO Desserts sebagai klien. Penulis memilih topik ini karena ingin menciptakan konsep cerita yang bisa meyakinkan konsumen dengan menggunakan teknik *persona*. Pembahasan pada skripsi ini berfokus pada teknik-teknik pemasaran khususnya teknik *persona* pembeli (*buyer persona*) yang dilakukan seorang *creative director* untuk membuat konsep cerita. Untuk dapat meraih target konsumen yang ideal, penulis memerlukan teknik yang tepat dan harus bisa menyampaikan pesan dengan tajam dan spesifik. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian kualitatif, di mana penulis akan melakukan riset dan analisis langsung kepada calon konsumen untuk bisa mendapatkan hasil yang sesuai dengan fakta di lapangan.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1. Latar belakang .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2. Rumusan masalah .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Batasan masalah.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4. Tujuan skripsi .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5. Manfaat skripsi .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1. Pemasaran.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2. Bauran Pemasaran.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.1. Elemen Bauran Pemasaran.....</b>	<b>19</b>



<b>2.3. Promosi.....</b>	<b>22</b>
2.3.1. Bauran Promosi.....	23
2.3.2. Fungsi Promosi .....	26
<b>2.4. Iklan.....</b>	<b>27</b>
2.4.1. Jenis-jenis Iklan.....	28
<b>2.5. Iklan Internet.....</b>	<b>29</b>
2.5.1. Jenis Iklan Internet .....	30
<b>2.6. Teknik Persona.....</b>	<b>35</b>
<b>2.7. <i>Creative Director</i> .....</b>	<b>39</b>
<b>2.8. Konsep Video.....</b>	<b>40</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1. Gambaran Umum .....</b>	<b>42</b>
3.1.1. Sinopsis .....	42
3.1.2. Posisi Penulis .....	44
<b>3.2. Profil Perusahaan.....</b>	<b>44</b>
<b>3.3. Tahapan Kerja .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>	<b>47</b>
<b>4.1. Pendahuluan.....</b>	<b>47</b>

4.2.	Client Brief.....	47
4.3.	Teknik Persona.....	48
4.3.1.	Persona Pembeli.....	49
4.4.	<i>Creative Brief</i> dan Konsep Video.....	57
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>61</b>
5.1.	Kesimpulan .....	61
5.2.	Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>xii</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1 <i>Bauran Pemasaran</i> .....	21
Gambar 2.3.1 <i>Promosi</i> .....	23
Gambar 2.5.1 <i>Spanduk</i> .....	30
Gambar 2.5.2 <i>Sponsor</i> .....	31
Gambar 2.5.3 <i>Pop-Up</i> .....	32
Gambar 2.5.4 <i>Iklan Sela</i> .....	33
Gambar 2.5.5 <i>Webcasting</i> .....	33
Gambar 2.5.6 <i>Link</i> .....	34
Gambar 2.5.7 <i>Video Internet</i> .....	35
Gambar 2.6 <i>Persona Pembeli</i> .....	35
Gambar 2.7 <i>Iklan iPad 2</i> .....	35
Gambar 4.3.1 <i>Riset Pemasaran</i> .....	50
Gambar 4.3.2 <i>Riset Pemasaran</i> .....	50
Gambar 4.3.3 <i>Riset Pemasaran</i> .....	51
Gambar 4.3.4 <i>Riset Pemasaran</i> .....	51
Gambar 4.3.5 <i>PUYO &amp; Vidi Aldiano Peduli Anak Indonesia</i> .....	52
Gambar 4.3.6 <i>Persona Pembeli – Ayah</i> .....	53
Gambar 4.3.7 <i>Persona Pembeli – Ibu</i> .....	54
Gambar 4.3.8 <i>Persona Pembeli – Anak laki-laki</i> .....	55
Gambar 4.3.9 <i>Persona Pembeli – Anak</i> .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: <i>CLIENT BRIEF</i> .....	xv
LAMPIRAN B: <i>CREATIVE BRIEF</i> .....	xvii
LAMPIRAN C: <i>SCRIPT</i> .....	xx
LAMPIRAN D: KARTU BIMBINGAN .....	xxi