

ini), *emotional marketing* (iklan yang menyentuh perasaan atau seperti iklan keluarga).

#### 4. *Action* (Tindakan)

Tahap terakhir adalah mendorong konsumen untuk mengambil tindakan, seperti membeli atau mendaftar. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan beberapa pilihan pembayaran, menawarkan promosi atau diskon, *Call-to-Action* (CTA) yang jelas (“beli sekarang”), memberikan bonus (gratis ongkir).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori AIDA dapat membantu merancang promosi secara sistematis, dari menarik perhatian hingga mengkonversi calon pelanggan menjadi seorang pembeli. Dengan memahami setiap tahap, pemasaran dapat menyesuaikan strategi promosi agar lebih efektif.

### 3. METODE PENCIPTAAN

#### 3.1. DESKRIPSI *CONTENT* PRODUK BOBA

Berikut merupakan deskripsi *content* boba karya penulis. Penulis membuat dua *script*, yaitu *script* untuk *content* produk Boba Original dan *script* untuk *content* produk Boba Brown Sugar.

##### 3.1.1. BOBA ORIGINAL

**Judul proyek/karya** : “Si kembar berantem gara-gara minuman boba!”

**Platform** : Tiktok dan Instagram

**Bentuk *content*** : *live action* (30 detik)

**Jadwal tayang** : 7 November 2024 di Instagram dan Tiktok PT. Malline Teknologi International

### 3.1.2. BOBA BROWN SUGAR

**Judul proyek/karya** : “Haus? Boba brown sugar aja!”

**Platform** : Tiktok dan Instagram

**Bentuk content** : *live action* dan *kinetic typography* (30 detik)

**Jadwal tayang** : 8 Desember 2024 di Instagram dan Tiktok PT. Malline Teknologi International

### 3.2. DESKRIPSI CONTENT PRODUK BASRENG

Berikut merupakan deskripsi *content* basreng karya penulis. Penulis membuat dua *script*, yaitu *script* untuk *content* produk Basreng Original dan *script* untuk *content* produk Basreng Spicy.

#### 3.2.1. BASRENG ORIGINAL

**Judul proyek/karya** : “Basreng paling cocok untuk cemilan saat nugas!”

**Platform** : Tiktok dan Instagram

**Bentuk content** : *live action* dan *kinetic typography* (39 detik)

**Jadwal tayang** : 24 Maret 2025 di Instagram dan Tiktok PT. Malline Teknologi International

#### 3.2.2. BASRENG SPICY

**Judul proyek/karya** : Basreng Spicy

**Platform** : Tiktok dan Instagram

**Bentuk content** : *live action*

**Jadwal tayang** : Direncanakan akan tayang pada bulan Juli di Instagram dan Tiktok PT. Malline Teknologi International

### 3.3. KONSEP KARYA

Berikut merupakan konsep karya penulis dalam membuat *script* untuk *content* produk boba dan basreng PT. Malline Teknologi International.

#### 3.3.1 KONSEP PENCIPTAAN

*Script content* yang dibuat oleh penulis bertujuan untuk menarik minat pembeli dan memperlihatkan keunggulan produk, yang dikemas dengan gaya yang santai dan *fun* agar mudah dimengerti oleh masyarakat. Gaya bahasa yang digunakan juga disesuaikan dengan target usia remaja hingga dewasa. *Script content* akan terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. *Opening*

Berfungsi untuk menarik perhatian penonton dan menyampaikan tujuan atau pesan utama.

2. Isi

Berfungsi untuk menyampaikan informasi inti secara terstruktur dan memberikan nilai (edukasi, hiburan, solusi).

3. *Closing*

Berfungsi untuk memberikan sebuah ajakan *Call-to-Action* (CTA) dan meninggalkan kesan.

Selain itu, isi dari *script content* mementingkan keunggulan dan dapat menarik minat para pembelinya sesuai dengan pencapaian target pasar.

### 3.3.2 KONSEP PENYAJIAN KARYA

Dalam konsep *script content* yang dibuat oleh penulis, konsep penciptaan yang digunakan yaitu dari sebuah *content video* yang di mana isinya mempromosikan dan menjual produk boba dan basreng yang dikemas menggunakan bahasa yang sudah disesuaikan oleh target usia remaja hingga dewasa. Konsep bentuk yang disajikan dalam *script content* ini berupa *live action* dan *kinetic typography* selama tiga puluh detik dan diakhiri dengan memperlihatkan logo produk yang ditayangkan melalui Instagram dan Tiktok PT. Malline Teknologi International.

### 3.4. TAHAPAN KERJA

Berikut merupakan penjelasan proses praproduksi dalam pembuatan *script* untuk pembuatan *content* boba dan basreng.

#### a. Pengembangan ide

Dalam tahap ini, penulis melakukan *brainstorming* dengan memikirkan matang-matang dalam menentukan ide konsep, tema, dan tujuan *content*. Selanjutnya, penulis memulai penentuan format dalam memilih jenis *content* dan terakhir menentukan jenis target *audiens*.

#### b. Riset dan pengumpulan data

Dalam tahap ini, penulis melakukan riset topik dengan mengumpulkan referensi-referensi, data pendukung, dan contoh *content* sejenis. Selanjutnya melakukan *setting* penentuan set kebutuhan pembuatan *content* dan lokasi.

#### c. Penulisan naskah

Dalam tahap ini, penulis membuat *outline* atau sinopsis secara garis besar alur *content* yang diinginkan. Selanjutnya, penulis memulai penulisan draf pertama menulis naskah lengkap dengan dialog, narasi, dan visual.