



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANAN *COPYWRITER* DALAM PEMBUATAN NASKAH

IKLAN PERUSAHAAN *SEARCH ENGINE* GEEVV

Skripsi Penciptaan

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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Imelda Veronica
NIM : 00000018506
Program Studi : Film dan Televisi
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imelda Veronica

NIM : 00000018506

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Skripsi :

PERANAN *COPYWRITER* DALAM PEMBUATAN NASKAH

IKLAN PERUSAHAAN *SEARCH ENGINE GEEVV*

dengan ini menyatakan bahwa, Skripsi dan karya penciptaan 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 nara sumber.

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, 21 Mei 2018



Imelda Veronica



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PERANAN *COPYWRITER* DALAM PEMBUATAN NASKAH
IKLAN PERUSAHAAN *SEARCH ENGINE GEEVV***

Oleh

Nama : Imelda Veronica

NIM : 00000018506

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 13 Juli 2018

Pembimbing I

Drs. Imam Khanafi, M.Si.

Penguji

Perdana Kartawiyudha, M.Sn.

Ketua Sidang

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

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Peranan *Copywriter* dalam Pembuatan Naskah Iklan Perusahaan *Search Engine Geevv*”. Topik pembahasan ini diangkat karena posisi penulis dalam pembuatan video tugas akhir ini adalah sebagai seorang *copywriter*.

Penulis berharap pembahasan yang tidak sempurna ini dapat berguna sebagai bahan pembelajaran ataupun referensi bagi seorang *copywriter*, baik untuk penulisan naskah iklan maupun penulisan skripsi serupa. Adapun skripsi ini adalah laporan dari tugas akhir penulis yang berupa sebuah video iklan untuk perusahaan *search engine Geevv*. Tugas akhir dan skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat perolehan gelar Sarjana Seni pada program studi Film dan Televisi di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses pembuatan skripsi ini, penulis semakin memahami bagaimana peranan seorang *copywriter* dan langkah-langkah apa saja yang perlu dilakukan olehnya dalam pembuatan naskah iklan. Selain itu penulis juga menjadi sadar perihal kesalahan-kesalahan yang telah dilakukan oleh penulis saat membuat naskah iklan untuk video tugas akhir. Semoga para peminat bidang *copywriting* dan periklanan dapat menjadikan kesalahan penulis dalam proses pembuatan naskah iklan ini sebagai pembelajaran, sehingga kesalahan yang sama dapat dihindari sejak dini.

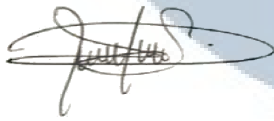
Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang telah membantu dan mendoakan

pembuatan skripsi ini hingga selesai pada waktunya. Ucapan terima kasih ini penulis tujukkan kepada:

1. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Film dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Drs. Imam Khanafi, M.Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberi saran dan menuntun penulis selama pengerjaan laporan tugas akhir ini.
4. Azka Asfari Silmi, selaku *Founder* dan CEO, serta M. Fahkri Junaidi, selaku divisi kreatif dari perusahaan *search engine* Geevv yang telah memberi masukan dan membantu dalam bentuk kerjasama yang baik.
5. Keluarga yang penulis sayangi, Bapak Sugiono, Bsc., Ibu Rosjati, dan kakak penulis Stefanie Melinda, S.Sn., yang telah mendukung penulis dalam setiap doa dan tanpa lelah memberi semangat.
6. Teman-teman seperjuangan, Deardrie Rizanda Putri selaku *creative director* dan Ulfah Davianti selaku *account executive* dalam tim. Terima kasih telah berjuang bersama-sama dalam suka dan duka demi mendapatkan gelar sarjana.
7. Ricardo Nelson, selaku DOP dalam tim yang telah membantu dengan sepenuh hati tanpa pamrih untuk membuat karya dan skripsi tugas akhir penulis mendapatkan hasil yang memuaskan.

8. Novandry Edwin, selaku *gaffer* sekaligus teman yang dengan suka rela membantu kegiatan produksi hingga selesai.
9. Seluruh tim produksi selama proses pembuatan video tugas akhir yang telah bekerja keras.
10. Teman-teman yang membantu dan memberi saran selama pembuatan skripsi tugas akhir, Gabriella Henlianto, Tika Hananti, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Tangerang, 21 Mei 2018



Imelda Veronica

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAKSI

Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan seorang *copywriter* dalam pembuatan naskah iklan perusahaan *search engine* Geevv. Di sini penulis berperan sebagai *copywriter* yang akan membuat naskah iklan untuk video promosi Geevv. Pembuatan naskah iklan ini akan dibatasi pada penerjemahan *creative brief* menjadi naskah yang disesuaikan dengan target pasar orangtua dari Generasi Z. Naskah iklan akan dibuat sesuai dengan langkah-langkah pembuatan *copy* (naskah) iklan yang baik dan benar, serta disesuaikan dengan target pasar dan pemasarannya. Hasil naskah iklan ini akan diproduksi menjadi video promosi yang diharapkan akan membuat Geevv semakin dikenal masyarakat.

Kata kunci: *copywriter*, *search engine*, naskah iklan, target pasar.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

The purpose of this research is intended to find the role of copywriter in the making of advertising copy for Geevv search engine. The author's role in this research is as a copywriter who will create an advertising copy for a promotional video Geevv. The making of this copy will be following the creative brief. The copy is adapted for parents of Generation Z as a target market. The copy will be made in accordance with the steps of making a good and correct ad copy, and suitable to the target market and marketing. The results of this ad copy will be produced into a promotional video that is expected to make Geevv more known to the public.

Keywords: copywriter, search engine, advertising copy, target market.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	I
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Skripsi.....	3
1.5. Manfaat Skripsi.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. Periklanan.....	4
2.1.1. Anggota Tim Kreatif dan Tugasnya.....	4
2.1.2. Peranan <i>Copywriter</i>	5

2.2.	Naskah Iklan.....	6
2.2.1.	Penerjemahan <i>Creative Brief</i> Menjadi Naskah.....	6
2.2.2.	Tahap Pembuatan Naskah Iklan.....	6
2.2.3.	Pembuatan <i>Copy</i> yang Efektif.....	9
2.3.	Audiens.....	10
2.3.1.	Menentukan Target Pasar.....	11
2.3.2.	<i>Target Audience Research</i>	12
2.3.3.	Orangtua Generasi Z sebagai Target Audiens	12
BAB III	METODOLOGI	16
3.1.	Gambaran Umum	16
3.1.1.	Latar Belakang Perusahaan dan Sinopsis.....	17
3.1.2.	Posisi Penulis	20
3.2.	Tahapan Kerja	20
3.3.	Acuan.....	22
3.3.1.	Konsep Awal	22
3.3.2.	Konsep Akhir.....	25
BAB IV	ANALISIS	31
4.1.	Pembuatan Konsep Berdasarkan Client Brief.....	31
4.1.1.	Konsep 1	34
4.1.2.	Konsep 2	34
4.1.3.	Konsep 3	34
4.1.4.	Konsep 4	35

4.2.	Proses Pemilihan Konsep oleh Klien	35
4.3.	Pembuatan Naskah Iklan sesuai Konsep	36
4.3.1.	Internet yang Tidak Aman Bagi Generasi Z	37
4.3.2.	Konsep Kekeluargaan dan Peranan Orangtua Terhadap Anak Generasi Z	38
4.3.3.	Peranan Geee sebagai <i>Safety Search Engine</i> dan Fitur Pendidikan	41
4.4.	<i>Audience Research</i> sebagai Penunjang	43
BAB V PENUTUP		46
5.1.	Kesimpulan	46
5.2.	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA		XV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. <i>Screenshot Film Lion</i> (1).....	23
Gambar 3.2. <i>Screenshot Film Lion</i> (2).....	23
Gambar 3.3. <i>Screenshot Iklan Tokopedia</i>	24
Gambar 3.4. <i>Screenshot Iklan Geev Explanation</i>	24
Gambar 3.5. <i>Screenshot Film Me and Earl and The Dying Girl</i>	26
Gambar 3.6. <i>Screenshot Iklan Coca-cola Ramadhan</i>	27
Gambar 3.7. <i>Screenshot Iklan Traveloka</i>	27
Gambar 3.8. <i>Screenshot Film Spectre</i>	29
Gambar 3.9. <i>Screenshot Iklan Sampo Pantene</i>	30
Gambar 4.1. Foto Bersama Peserta <i>Focus Group Discussion</i>	45

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Naskah Iklan Geevv No. 1-5.....	37
Tabel 4.2. Naskah Iklan Geevv No. 6-12.....	38
Tabel 4.3. Naskah Iklan Geevv No. 13-16.....	41

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI	XVIII
LAMPIRAN B: <i>CREATIVE BRIEF</i>	XIX
LAMPIRAN C: NASKAH KONSEP AWAL.....	XXIII
LAMPIRAN D: NASKAH KONSEP AKHIR	XXVI
LAMPIRAN E: <i>TRANSCRIPT</i> HASIL FGD	XXIX
LAMPIRAN F: DAFTAR PESERTA FGD	XXXII

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA