

**LAPORAN PROJECT IKLAN**  
**”PERANCANGAN PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL**  
**PRODUK TAS SASIRANGAN DARI**  
**PT. RABITA CREATIVE INNOVATION”**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

**Muntyati Azizah - NIM: 2010414120014**

**Nur Jauza Maulida - NIM: 2010414320023**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN**  
**TEKNOLOGI, UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT,**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**BANJARMASIN**

**2024**

# PENGESAHAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123  
Email : [ilmu.komunikasi@ulm.ac.id](mailto:ilmu.komunikasi@ulm.ac.id)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PERANCANGAN PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL PRODUK TAS SASIRANGAN DARI PT. RABITA CREATIVE INNOVATION

- A. Nama Mahasiswa : Munity Azizah  
NIM : 2010414120014
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai  $\geq$  ( A ) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 28 Oktober 2024.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua  
Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si.  
NIP. 197403132006041002
  - b. Sekretaris  
Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si.  
NIP. 198204212014041001
  - c. Anggota  
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A  
NIP. 19900108201707104001


(.....)


(.....)

(.....)

Banjarmasin, 16 Desember 2024  
Ketua Pembimbing

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM

  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001

  
Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si.  
NIP. 197403132006041002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123  
Email : [ilmu.komunikasi@ulm.ac.id](mailto:ilmu.komunikasi@ulm.ac.id)


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


PERANCANGAN PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL PRODUK TAS SASIRANGAN  
DARI PT. RABITA CREATIVE INNOVATION

- A. Nama Mahasiswa : Nur Jauza Maulida  
NIM : 2010414320023
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai  $\geq$  ( A ) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 28 Oktober 2024.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
  - b. M. Nizar Hidayat, S.IP., M.A.  
NIP. 198911282020121011  (.....)
  - c. Sekretaris  
Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si.  
NIP. 198204212014041001  (.....)
  - d. Anggota  
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A.  
NIP. 19900108201707104001  (.....)

Banjarmasin, 16 Desember 2024  
Ketua Pembimbing

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM

  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001

  
M. Nizar Hidayat, S.IP., M.A.  
NIP. 198911282020121011

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Banjarmasin, 28 Oktober 2024

Tim Project



Munyati Azizah



Nur Jauza Maulida

## ABSTRAK

Nur Jauza Maulida, 2024, Perancangan Produksi Iklan Komersial Produk Tas Sasirangan Dari PT. Rabita Creative Innovation, Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si., Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A.

*Project* ini berfokus pada perancangan dan produksi iklan komersial untuk produk tas sasirangan dari PT. Rabita Creative Innovation yang merupakan UMKM dari Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat, penting bagi perusahaan untuk menonjolkan keunikan dan kualitas produknya. Dalam *project* ini berfokus pada bagaimana cara tim *project* menciptakan strategi kreatif yang berkonsep menarik untuk audiens kalangan anak muda. Tujuan dari *project* ini adalah untuk menyusun strategi kreatif yang dapat dituangkan dalam video iklan serta memproduksi konten promosi yang efektif untuk *brand* Rabita. Laporan ini mencakup analisis pasar dan penentuan target audiens yang tepat, serta pengembangan konsep kreatif yang mencerminkan nilai-nilai budaya dan inovasi yang diusung oleh *brand* Rabita untuk produk tas sasirangan. Metodologi yang digunakan dalam *project* ini meliputi penelitian lapangan, pengembangan *story board*, dan pemilihan saluran distribusi yang efektif, termasuk media sosial. Dengan *project* ini, diharapkan *brand* Rabita dapat lebih dikenal dan diterima di pasar anak muda, serta dapat memberikan dampak yang lebih positif terhadap pertumbuhan *brand* Rabita dalam strategi promosi dari *brandnya*.

**Kata kunci : Iklan Komersial, Sasirangan, UMKM**

## ABSTRACT

Nur Jauza Maulida, 2024, *Commercial Advertising Production Design for Sasirangan Bag Products from PT. Rabita Creative Innovation*, Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si., Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A.

This project focusses on the design and production of commercial advertisements for sasirangan bag products from PT. Rabita Creative Innovation, an MSME from Banjarbaru, South Kalimantan. In the context of increasingly tight market competition, it is important for companies to highlight the uniqueness and quality of their products. This project focusses on how the project team creates creative strategies with interesting concepts for young audiences. The purpose of this project is to develop creative strategies that can be poured into advertising videos and produce effective promotional content for the Rabita brand. This report includes market analysis and determination of the right target audience, as well as the development of creative concepts that reflect the cultural values and innovations carried by the Rabita brand for Sasirangan bag products. The methodology used in this project includes field research, storyboard development, and selection of effective distribution channels, including social media. With this project, it is hoped that the Rabita brand can be better known and accepted in the youth market and can have a more positive impact on the growth of the Rabita brand in the promotional strategy of its brand.

**Keywords: Commercial Advertisement, Sasirangan, MSMEs**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur tim *project* panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga tim *project* dapat menyelesaikan laporan *project* iklan yang berjudul: “**PERANCANGAN PRODUKSI IKLAN PRODUK TAS SASIRANGAN DARI PT. RABITA CREATIVE INNOVATION**”.

Adapun laporan *project* iklan ini dibuat untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan.

Tim *project* juga menyadari bahwa penulisan laporan *project* iklan ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian, tim *project* berharap laporan *project* iklan ini dapat diterima dan disetujui pada saat sidang tugas akhir.

Bersama ini pula dengan segala kerendahan hati, tim *project* menghantarkan banyak terima kasih kepada pihak yang mendukung:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa kelancaran untuk bertindak dan berpikir untuk penyusunan laporan *project* iklan ini
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
4. Ibu Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat

5. Bapak Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Laporan *Project Iklan*
6. Bapak Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Laporan *Project Iklan*
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat
8. Seluruh anggota keluarga tim *project* terutama orang tua yang telah memberikan dukungan, doa, harapan, serta kasih sayang selama berlangsungnya pembuatan laporan hingga dalam proses penyusunan laporan *project* iklan ini
9. Seluruh teman-teman kami terutama mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat Angkatan 2020

Tim *project* memohon maaf sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam laporan *project* iklan ini, semoga laporan yang kami buat dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan kepada pembaca dan khususnya untuk mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi. Demikian yang dapat kami sampaikan, kami ucapkan terima kasih.

Banjarmasin, 28 Oktober 2024

Tim Project



Munyati Azizah



Nur Jauza Maulida

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	5
1.3 MAKSUD DAN TUJUAN .....	6
1.4 TINJAUAN KONSEPTUAL DAN TEORITIS .....	6
1.4.1 <i>Definisi Komunikasi</i> .....	6
1.4.2 <i>Strategi Komunikasi</i> .....	7
1.4.3 <i>Komunikasi Pemasaran</i> .....	8
1.4.4 <i>Pemasaran digital</i> .....	9
1.4.5 <i>Jenis-jenis Pemasaran digital</i> .....	10
1.4.6 <i>Periklanan</i> .....	15
1.4.7 <i>Daya Tarik Iklan</i> .....	16
1.4.8 <i>Strategi Penyampaian Iklan</i> .....	22
1.4.9 <i>UMKM</i> .....	23
<b>BAB II</b> .....	<b>28</b>
<b>STRATEGI DAN KREATIF IKLAN</b> .....	<b>28</b>
2.1 PERENCANAAN STRATEGI KREATIF .....	28
2.1.1 <i>Analisis Situasi</i> .....	38
2.1.2 <i>Tujuan Pemasaran</i> .....	42
2.1.3 <i>Advertising Problem/Masalah Periklanan</i> .....	43
2.1.4 <i>Periklanan Objective/Tujuan Periklanan</i> .....	44
2.1.5 <i>Target Market/Target Audience</i> .....	47
2.1.6 <i>Positioning</i> .....	48
2.1.7 <i>Brand Personality/Character</i> .....	48

2.1.8 <i>Big idea/Tema</i> .....	49
2.1.9 <i>Tone and Manner Communication</i> .....	49
2.1.10 <i>Mandatory</i> .....	49
2.2 STRATEGI MEDIA .....	50
2.2.1 <i>Tujuan Media</i> .....	51
2.2.2 <i>Strategi dan Taktik Media</i> .....	51
2.2.3 <i>Tabel Master Media Plan</i> .....	52
2.3 EKSEKUSI IKLAN .....	52
2.3.1 <i>Advertising Message</i> .....	53
2.3.2 <i>Justifikasi Strategi Iklan</i> .....	54
2.3.3 <i>Gambar Eksekusi</i> .....	55
2.3.4 <i>Schedule dan Budget</i> .....	58
2.3.5 <i>Hasil Pengetahuan Awal dan Akhir Respoden</i> .....	60
2.3.6 <i>Evaluasi Video Iklan</i> .....	62
<b>BAB III</b> .....	<b>68</b>
<b>GAMBARAN UMUM MITRA</b> .....	<b>68</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>71</b>
<b>KESIMPULAN</b> .....	<b>71</b>
4.1 <b>SIMPULAN</b> .....	71
4.2 <b>SARAN-SARAN</b> .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Story Board</i> .....	32
<i>Tabel 2. 2 Master Media Plan Table</i> .....	527
<i>Tabel 2. 3 Master Media Plan Table</i> .....	52
<i>Tabel 2. 4 Job description</i> .....	53
<i>Tabel 2. 5 Jadwal Produksi</i> .....	58
<i>Tabel 2. 6 Budget Produksi</i> .....	59
<i>Tabel 2. 7 Timeline Tugas Akhir</i> .....	59
<i>Tabel 2. 8 Uji Deskriptif</i> .....	60
<i>Tabel 2. 9 Uji Beda</i> .....	61
<i>Tabel 2. 10 Hasil Statistik Evaluasi Iklan</i> .....	62

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Data Penjualan Rabita dari Tahun 2020 – 2023</i> .....	4
<i>Gambar 2. 1 Angle Camera</i> .....	31
<i>Gambar 2. 2 Camera Shot</i> .....	32
<i>Gambar 2. 3 Review Customer 1</i> .....	41
<i>Gambar 2. 4 Review Customer 2</i> .....	41
<i>Gambar 2. 5 Logo Rabita</i> .....	49
<i>Gambar 3. 1 Logo Rabita</i> .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Surat Permohonan Kerja Sama</i> .....	77
<i>Lampiran 2 Surat Penerimaan Kerja Sama</i> .....	78
<i>Lampiran 3 Dokumentasi</i> .....	79
<i>Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup Talent 1</i> .....	80
<i>Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup Talent 2</i> .....	81
<i>Lampiran 6 Surat Keterangan Telah Selesai Praktek Karya Iklan</i> .....	82
<i>Lampiran 7 Surat Approval Karya</i> .....	83
<i>Lampiran 8 Kuisisioner Pre-Test dan Post-Test</i> .....	84
<i>Lampiran 9 Kuisisioner Evaluasi Video Iklan</i> .....	85
<i>Lampiran 10 Hasil Statistik Evaluasi Video Iklan</i> .....	86
<i>Lampiran 11 Uji T-Test Peningkatan Pengetahuan Responden</i> .....	89
<i>Lampiran 12 Histogram</i> .....	91