

TUGAS AKHIR

PEMBUATAN VIDEO IKLAN KOMERSIAL UNTUK

MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* CV. DUTA NEON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Ainun Mirzayanti (2110414320041)

Nur Azizah Hamdiah (2110414320016)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN




TAHUN 2025



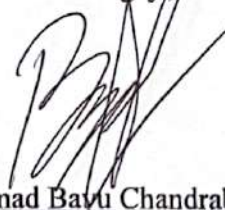
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN VIDEO IKLAN KOMERSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS CV. DUTA NEON

- A. Nama Mahasiswa : Nur Azizah Hamdiah
NIM : 2110414320016
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai A- (79.00) dalam ujian mempertahankan tugas akhir tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 20 Juni 2025
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom., M.A
NIP. 19900108201707104001 ()
 - b. Sekretaris
Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si
NIP. 199506252022031008 ()
 - c. Anggota
Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA
NIP. 198911282020121011 ()

Banjarmasin, 1 Juli 2025
Ketua Tim Penguji,



Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom., M.A
NIP. 19900108201707104001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



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

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran, termasuk pada perusahaan lokal seperti CV. Duta Neon. Selama ini, perusahaan lebih mengandalkan strategi pemasaran dari mulut ke mulut yang dinilai kurang relevan dalam menjangkau konsumen di era digital. Tujuan dari pembuatan iklan ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* CV. Duta Neon melalui media digital, khususnya video iklan komersial yang disesuaikan dengan preferensi audiens saat ini. Iklan ini mengangkat cerita dua sahabat yang terlibat konflik emosional akibat hubungan percintaan, yang secara simbolis mencerminkan nilai-nilai persahabatan, perasaan, dan perbedaan selera. Konsep yang selaras dengan keunikan layanan Duta Neon dalam menghadirkan produk sesuai keinginan pelanggan. Pendekatan iklan yang digunakan adalah *emotional appeal*, yang dikemas secara estetis dan komersial untuk menciptakan kedekatan psikologis antara penonton dan pesan *brand*. *Project* iklan ini menggunakan metode eksperimen *pre-post test* yang di uji dengan *Wilcoxon Signed Ranks Test* dan melibatkan masyarakat Kota Banjarmasin. Hasil akhir menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif dalam membangun koneksi emosional dengan audiens serta meningkatkan *brand awareness* pada CV. Duta Neon khususnya di masyarakat Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Video Iklan Komersial, *Brand awareness*, *Emotional Appeal*, *Wilcoxon Signed Ranks Test*.

ABSTRACT

The development of digital technology has driven significant changes in marketing strategies, including in local companies such as CV. Duta Neon. So far, the company has relied more on word-of-mouth marketing strategies which are considered less relevant in reaching consumers in the digital era. The purpose of making this advertisement is to increase CV. Duta Neon's brand awareness through digital media, especially commercial advertising videos that are tailored to the preferences of today's audience. This commercial tells the story of two friends who are involved in an emotional conflict due to a romantic relationship, which symbolically reflects the values of friendship, feelings, and differences in taste. The concept is in line with Duta Neon's unique service in delivering products according to customers' wishes. The advertising approach used is emotional appeal, which is packaged aesthetically and commercially to create a psychological closeness between the audience and the brand message. This advertising project uses a pre-post test experimental method tested with the Wilcoxon Signed Ranks Test and involves the Banjarmasin City community. The final results show that this approach is effective in building an emotional connection with the audience and increasing brand awareness of CV. Duta Neon, especially in the people of Banjarmasin City.

Keywords: Commercial Advertising Video, Brand awareness, Emotional Appeal, Wilcoxon Signed Ranks Test.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pembuatan Video Iklan Komersial Untuk Meningkatkan *Brand awareness* CV. Duta Neon” yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di Universitas Lambung Mangkurat Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis sebagai manusia biasa dengan segala kekurangan dan keterbatasan, sepenuhnya sadar akan kesulitan dan hambatan yang penulis temukan dalam penyusunan tugas akhir ini. Akan tetapi berkat pertolongan, bantuan, bimbingan, dan petunjuk yang diperoleh dari berbagai pihak maka segala kesulitan dan hambatan tersebut dapat teratasi dan penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi. S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S. I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan, terutama dorongan dan bimbingan selama mengikuti pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat.

4. Bapak Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si selaku dosen penguji 1 dan Bapak Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA selaku dosen penguji 2 dari kedua penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, dan memberikan saran dalam penulisan tugas akhir ini.
5. Bapak Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom dan Bapak Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dari kedua penulis yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama mengikuti pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memberikan dukungan kepada penulis, melalui pengetahuan, motivasi, dan semangat yang tiada henti selama proses penyusunan tugas akhir ini serta sepanjang masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua dari penulis, Ainun Mirzayanti, Bapak Tosim dan Ibu Sugiarti tercinta, sosok luar biasa yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas segala doa yang tak pernah putus, nasihat yang menenangkan, serta pengorbanan yang tak pernah diminta imbalan. Dalam setiap lelah yang penulis rasakan selama proses penyusunan tugas akhir ini, doa dan kasih sayang kalian menjadi pelita yang menuntun penulis untuk terus melangkah sehingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Lambung Mangkurat dengan tepat waktu.
8. Kedua orang tua dari penulis Nur Azizah Hamdiah, Bapak Hamdi Junaid dan Ibu Siti Faridah Zamaniah, atas segala do'a dan dukungan berupa moral maupun materi yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih atas semua

kasih sayang yang tidak pernah pudar dalam mendidik penulis untuk tidak menyerah, terus berjuang mewujudkan mimpi dan cita-cita. Setiap keberhasilan dan hal baik yang akan datang di hidup penulis di masa depan adalah hasil dari cinta dan pengorbanan dari mereka berdua.

9. Kakak dan adik penulis, Ahmad Noor Rofiq, Ahmad Zulkarnain dan Asiyah Raudhatul Jannah atas doa dan dukungan penuh kepada penulis.
10. Kakak dan kakak ipar penulis, Muhammad Ferdy Hamdani dan Nadya Eka Safitri atas dukungan baik moril maupun materil kepada penulis, dan selalu bersedia mendengarkan keluh kesah dalam proses hidup ini
11. Seluruh keluarga besar penulis yang menyayangi, mencintai, serta mendo'akan kedua penulis dalam setiap langkah untuk menimba ilmu.
12. Sahabat masa kecil penulis, Ainun Mirzayanti yaitu Lilis Sundari, Asep Rizal Setiawan dan Aldi Saputra yang selalui membersamai, membantu, dan mendukung penulis dalam tugas akhir ini.
13. Sahabat penulis, Nur Azizah Hamdiah, "Cina Fi Sabilillah" yaitu Melly Anindhia, Najwa Aisy Rahmah, Nur Qomara Evana, dan Rizky Urfatul Islamiah, yang selalui membersamai, membantu, dan mendukung penulis dalam tugas akhir ini.
14. Teman-teman penulis baik dari dalam dan luar kampus yang selalu mendukung dan menemani setiap proses dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat.

15. CV. Duta Neon selaku mitra utama dalam tugas akhir iklan komersial, yang telah menerima dan mendukung penuh jalannya produksi tugas akhir kedua penulis.
16. Seluruh pihak produksi iklan komersial CV. Duta Neon, baik *talent* maupun tim produksi, yang telah membantu kelancaran tugas akhir ini.
17. Seluruh informan yang telah meluangkan waktunya guna membantu dalam mengerjakan tugas akhir proyek iklan ini.

Penulis menyadari tugas akhir ini jauh dari sempurna, untuk itu penulis membutuhkan kritik yang membangun serta saran demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi rekan sejawat sebagai bahan acuan untuk proyek selanjutnya.

Banjarmasin, Juni 2025

Penulis

Ainun Mirzayanti & Nur Azizah Hamdiah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan	8
1.3 Tinjauan Konseptual dan Teoritis	8
1.3.1 Tinjauan Konseptual	8
1.3.2 Tinjauan Teoritis	27
BAB II PERENCANAAN DAN KREATIF IKLAN	31
2.1 Perencanaan Strategi Iklan	31
2.1.1 Analisis Situasi	31
2.1.2 Tujuan Pemasaran	42
2.1.3 <i>Advertising</i> Problem	43
2.1.4 <i>Advertising</i> Objective	44
2.2 Perencanaan Pra Produksi Iklan	45
2.2.1 Segmentasi dan Target Audience	45
2.2.2 Standar Kerja dan Rekrutmen Tim	49
2.2.3 Pemilihan <i>Talent</i>	56
2.2.4 Penulisan Sinopsis	58
2.2.5 Storyline	58
2.2.6 Storyboard	60
2.3 Perencanaan Produksi Iklan	66
2.3.1 Time Schedule	66
2.3.2 Anggaran Produksi	67
2.4 Perencanaan Pasca Produksi	68

2.4.1 <i>Editing</i> Video	68
2.4.2 Penyisipan Audio dan <i>Sound Design</i>	69
2.4.3 Penambahan Grafik dan Animasi	69
2.4.4 <i>Rendering</i> dan <i>Export</i> Video.....	70
2.4.5 Distribusi dan Publikasi	70
2.5 Metode Penelitian.....	71
2.5.1 Subjek Penelitian	71
2.5.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	72
2.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	74
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	77
3.1 Gambaran Umum Mitra	77
3.2 Eksekusi Iklan	79
3.2.1 <i>Advertising</i> Message	79
3.2.2 Justifikasi Strategi Iklan.....	80
3.2.4 Uji T	87
3.2.5 Uji Evaluasi Kualitas Iklan	89
3.2.6 Gambar Eksekusi	96
BAB IV PENUTUP	98
4.1 Kesimpulan.....	98
4.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	xii
LAMPIRAN.....	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Pemetaan Perusahaan <i>Advertising</i> di Banjarmasin	34
Tabel 2. 2 Segmentasi	47
Tabel 2. 3 <i>Target Audience</i>	49
Tabel 2. 4 <i>Sub Job Creative Writer</i>	52
Tabel 2. 5 <i>Sub Job Art Director</i>	55
Tabel 2. 6 Frekuensi Penyiaran Iklan	59
Tabel 2. 7 <i>Storyboard</i>	60
Tabel 2. 8 <i>Time Schedule</i> Produksi Iklan	66
Tabel 2. 9 Anggaran Produksi Iklan	67
Tabel 3. 1 Perbandingan dengan Strategi Pemasaran Kompetitor	80
Tabel 3. 2 Uji Normalitas	88
Tabel 3. 3 <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i>	89
Tabel 3. 4 Gambar Eksekusi.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet Indonesia dalam sehari.....	1
Gambar 1. 2 Produk <i>Letter Sign</i>	3
Gambar 1. 3 Grafik pengetahuan <i>brand awareness</i> CV. Duta Neon	5
Gambar 1. 4 Piramida <i>Brand awareness</i>	12
Gambar 1. 5 <i>Neon box</i>	17
Gambar 1. 6 <i>Letter Sign</i>	18
Gambar 1. 7 <i>Pylon Sign</i>	19
Gambar 1. 8 Baliho	20
Gambar 2. 1 Grafik peminat media luar ruang di Banjarmasin	32
Gambar 2. 2 <i>Chart</i> Pemetaan Perusahaan <i>Advertising</i> di Banjarmasin	37
Gambar 2. 3 Produk CV. Duta Neon.....	41
Gambar 3. 1 Struktur Kepengurusan CV. Duta Neon	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Job Brief (Data klien)	xvii
Lampiran 2. Surat Keterangan Selesai Praktek Karya Iklan.....	xviii
Lampiran 3. Time Table Produksi Iklan.....	xix
Lampiran 4. Talent Breakdown Table	xx
Lampiran 5. Biodata Talent	xxi
Lampiran 6. Dokumentasi produksi iklan.....	xxii
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Iklan Melalui Media Audio (RRI Banjarmasin)	xxiv
Lampiran 8. Pertanyaan Kuisisioner Pengenalan Merek.....	xxv
Lampiran 9. Pre-Post Test	xxvii
Lampiran 10. Table Master Pre-Post Test	xxviii
Lampiran 11. Pengolahan Data Pre-Post Test (Uji Normalitas & Uji Wilcoxon)xxx	
Lampiran 12. Pertanyaan Kuisisioner Evaluasi Iklan.....	xxxii
Lampiran 13. Table Master Evaluasi Iklan	xxxiii
Lampiran 14. Pengolahan Data Evaluasi Iklan	xxxv