

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 : Ainun Mirzayanti
NIM : 2110414320041
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai λ - (79,80) 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

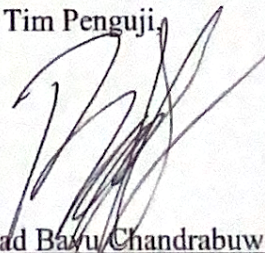
()

c. Anggota

Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA
NIP. 198911282020121011

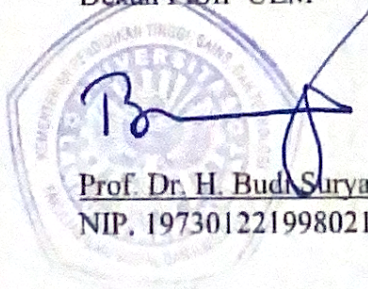
()

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. Terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan kepada 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 ini. Terima kasih atas segala doa yang tak pernah putus, nasihat yang menenangkan, serta pengorbanan yang tak pernah diminta imbalan. Dalam setiap lelah dan ragu yang penulis rasakan selama proses penyusunan tugas akhir ini, doa dan kasih sayang kalian menjadi pelita yang menuntun untuk terus melangkah sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas Lambung Mangkurat dengan tepat waktu.

Segala pencapaian ini tidak lain adalah buah dari kesabaran, kerja keras, dan cinta tulus kalian. Tak ada kata yang mampu benar-benar menggambarkan

betapa dalam rasa terima kasih ini. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga, membalas setiap kebaikan Bapak dan Ibu dengan kebahagiaan yang berlipat ganda. Tugas akhir ini penulis persembahkan sepenuhnya sebagai wujud cinta dan bakti, meski takkan pernah sebanding dengan semua yang telah kalian berikan.

8. Kakak dan adik penulis, Ahmad Noor Rofiq, Ahmad Zulkarnain dan Asiyah Raudhatul Jannah atas dukungan baik moril maupun materil kepada penulis, dan selalu bersedia mendengarkan keluh kesah dalam proses penulisan ini.
9. Seluruh keluarga besar khususnya sepupu penulis, Halimah dan Rosyidah yang menyayangi, mencintai, serta mendo'akan penulis dalam setiap langkah untuk menimba ilmu.
10. Sahabat kecil penulis, yaitu Lilis Sundari, Asep Rizal Setiawan dan Aldi Saputra yang selalui kebersamai, membantu, dan mendukung penulis dalam tugas akhir ini.
11. Terimakasih kepada Ahmad Zidan Nor Rizky, yang telah kebersamai penulis di akhir masa perkuliahan. Terimakasih atas kesabaran dan dukungan secara moral maupun materil yang telah diberikan kepada penulis selama ini. Semoga segera lulus dan dapat meraih cita cita yang yang diinginkan.
12. Teman-teman penulis baik dari dalam dan luar kampus yang selalu mendukung dan menemani setiap proses dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat.

13. CV. Duta Neon selaku mitra utama dalam tugas akhir iklan komersial, yang telah menerima dan mendukung penuh jalannya produksi tugas akhir kedua penulis.
14. Seluruh pihak produksi iklan komersial CV. Duta Neon, baik *talent* maupun tim produksi, yang telah membantu kelancaran tugas akhir ini.
15. 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, 11 Juli 2025

Penulis

Ainun Mirzayanti & Nur Azizah Hamdiah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
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	40
2.1.3 <i>Advertising</i> Problem	41
2.1.4 <i>Advertising</i> Objective	42
2.2 Perencanaan Pra Produksi Iklan	43
2.2.1 Segmentasi dan Target Audience	43
2.2.2 Standar Kerja dan Rekrutmen <i>Tim</i>	47
2.2.3 Pemilihan <i>Talent</i>	54
2.2.4 Penulisan Sinopsis	56
2.2.5 <i>Storyline</i>	56
2.2.6 <i>Storyboard</i>	58
2.3 Perencanaan Produksi Iklan	64
2.3.1 <i>Time Schedule</i>	64
2.3.2 Anggaran Produksi.....	65
2.4 Perencanaan Pasca Produksi.....	66

2.4.1 <i>Editing</i> Video	66
2.4.2 Penyisipan Audio dan <i>Sound Design</i>	67
2.4.3 Penambahan Grafik dan Animasi	67
2.4.4 <i>Rendering</i> dan <i>Export</i> Video.....	68
2.4.5 Distribusi dan Publikasi	68
2.5 Metode Penelitian.....	69
2.5.1 Subjek Penelitian	69
2.5.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	70
2.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	72
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
3.1 Gambaran Umum Mitra	75
3.2 Eksekusi Iklan	77
3.2.1 <i>Advertising Message</i>	77
3.2.2 Justifikasi Strategi Iklan.....	78
3.2.4 Uji T	85
3.2.5 Gambar Eksekusi	87
BAB IV PENUTUP	96
4.1 Kesimpulan.....	96
4.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN.....	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Pemetaan Perusahaan <i>Advertising</i> di Banjarmasin	32
Tabel 2. 2 Segmentasi	45
Tabel 2. 3 <i>Target Audience</i>	47
Tabel 2. 4 <i>Sub Job Creative Writer</i>	50
Tabel 2. 5 <i>Sub Job Art Director</i>	53
Tabel 2. 6 Frekuensi Penyiaran Iklan	57
Tabel 2. 7 <i>Storyboard</i>	58
Tabel 2. 8 <i>Time Schedule</i> Produksi Iklan	64
Tabel 2. 9 Anggaran Produksi Iklan	65
Tabel 3. 1 Perbandingan dengan Strategi Pemasaran Kompetitor	80
Tabel 3. 2 Uji Normalitas	86
Tabel 3. 3 <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i>	87
Tabel 3. 4 Gambar Eksekusi.....	94

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	35
Gambar 2. 3 Produk CV. Duta Neon.....	39
Gambar 3. 1 Struktur Kepengurusan CV. Duta Neon	75

DAFTAR LAMPIRAN

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