

**LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA KREATIF**

**PERAN ART DIRECTOR DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN  
LAYANAN MASYARAKAT IKPMP MENGENAI PROTOKOL  
KESEHATAN DI ERA ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI  
TEMPAT-TEMPAT UMUM**

**Laporan Tugas Akhir Karya Kreatif Ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md)  
Dalam Bidang Komunikasi dengan Spesialisasi Periklanan**



**Disusun Oleh :**

**Aan Muhammad Fuad Khaji**

**2017/AD/5221**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA KREATIF**

**“PERAN ART DIRECTOR DALAM PEMBUATAN VIDEO IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT IKPMP MENGENAI PROTOKOL KESEHATAN DI ERA  
ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI TEMPAT-TEMPAT UMUM”**

Laporan tugas akhir karya kreatif ini disusun untuk memenuhi gelar Ahli Madya (A.Md)  
dalam bidang Komunikasi dengan Spesialisasi Periklanan

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

Disusun Oleh :

Aan Muhammad Fuad Khaji

2017/AD/5221

Disetujui Oleh :



Jatmiko Wicaksono, M.Sn

Dosen Pembimbing

**STIKOM**  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2020**

ii

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN**

**TUGAS AKHIR KARYA KREATIF**

**“Peran Art Director Dalam Pembuatan Video Iklan Layanan Masyarakat IKPMP  
Mengenai Protokol Kesehatan Di era Adaptasi Kebiasaan Baru Di Tempat-Tempat  
Umum”**

Telah dipresentasikan dihadapan tim penguji Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia  
Yogyakarta pada :

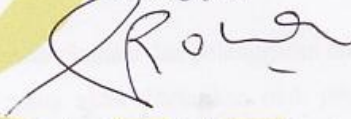
Hari : Senin  
Tanggal : 21 September 2020  
Waktu : 10.00 WIB  
Tempat : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

Pembimbing/Penguji I



(Jatmiko Wicaksono, M.Sn)

Penguji II



(Karina Rima Melati, M.Hum)

Penguji III



(Widya Sekar Dwisari, M.A)

Mengesahkan



R. Sumantri Raharjo, S. Sos M.Si

Ketua Stikom

Mengetahui



Rike Tias Permanis Sari, M.A

Ketua Jurusan

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Aan Muhammad Fuad Khaji  
NIM : 2017/AD/5221  
Judul laporan : “Peran Art Director Dalam Pembuatan Video Iklan Layanan Masyarakat IKPMP Mengenai Protokol Kesehatan Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Di Tempat-Tempat Umum”

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat original, murni karya saya sebagai penulis. Hasil ini merupakan deskripsi yang saya jabarkan atas laporan saya selama melakukan kerja lapangan. Penulisan karya ini pun melibatkan bimbingan dari dosen pembimbing.
2. Dalam laporan ini saya tidak melakukan pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun seperti penjiplakan, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademik, maka saya bersedia mendapatkan sanksi yang akan ditetapkan oleh pihak Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Yogyakarta, 21 September 2020

METERAI  
TEMPEL  
20E8BAHF656487705  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Aan Muhammad Fuad Khaji

## **MOTTO**

*“Tidak ada orang bodoh, yang ada hanya orang malas”*

(Yohanes Surya)

*“kita semua sama dengan orang lain, jika mereka bisa, kenapa kita tidak ?”*

*“ibarat tanaman, jika tak diberi pupuk maka tidak akan subur, begitu juga kita sebagai manusia, jika tidak diberi ilmu tidak akan berhasil”*

(AMF)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah subhanahu wata'ala, atas segala nikmat hidup dan kesempatan mengenggam ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Laporan ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Ahli Madya. Dalam penelitian dan penyusunan laporan ini, penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis sangat ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah S.W.T yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya juga memberi berkah yang melimpah kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
2. Kedua Orang Tua saya yang selalu memberi semangat dan dorongan agar tidak berhenti ditengah jalan untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawab saya sebagai seorang mahasiswa.
3. Dosen pembimbing saya Bapak Jatmiko Wicaksono, M.Sn yang telah memberi masukan serta saran dalam pembuatan karya kreatif dan laporan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Stikom Yogyakarta.
4. Seluruh teman-teman organisasi Kemahasiswaan asal Kota Palu di Yogyakarta yang juga selalu memberi dorongan serta semangat dalam mengerjakan laporan.
5. Seluruh teman bermain saya, Wiwin, Desi, Jamal, Kevin yang tidak pernah berhenti bertanya “**Kapan sidang?**” karna ucapan mereka juga saya berhasil menyelesaikan laporan ini.
6. Seluruh tim produksi dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat, Arif, Aji, Oding, Candra, Nando, Jamal, Putra, Okta, Inne.
7. Seluruh teman-teman Advertising angkatan 2017
8. Dan seluruh orang-orang hebat yang telah terlibat saya ucapkan terimakasih banyak, semoga Allah S.W.T membalas semua kebaikan kalian.

## KATA PENGANTAR

Pada kesempatan ini, saya selaku penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang melakukan pendampingan eksklusif kepada penulis saat menyelesaikan produksi video iklan layanan masyarakat dan penyusunan laporan dengan judul “Peran Art Director Dalam Pembuatan Video Iklan Layanan Masyarakat IKPMP Mengenai Protokol Kesehatan Di Era Adpatasi Kebiasaan Baru Di Tempat-Tempat Umum” dan membantu proses perkuliahan dari semester 1 hingga 6. Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih secara khusus kepada :

1. R.Sumantri Raharjo, M.Si. selaku Direktur Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
2. Rike Tyas Permanis Sari, M.A selaku Ketua program studi periklanan.
3. Jatmiko wicaksono, M.Sn selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberi saran dan masukan selama saya mengerjakan karya kreatif dan laporan ini.
4. Kepada Kedua orangtua saya yang tidak pernah berhenti memberi do'a dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan tanggung jawab saya sebagai seorang mahasiswa di Stikom Yogyakarta.
5. Seluruh teman-teman perantau asal kota palu di Yogyakarta, maupun teman seperjuangan selama berkuliah.

Semoga laporan ini bermanfaat bagi mahasiswa/i periklanan yang sedang menempuh pendidikan.

Yogyakarta, 21 September 2020



Aan Muhammad. Fuad Khaji

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
ABSTRAK .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	3
C. MAKSUD DAN TUJUAN .....	3
C.1 Maksud .....	3
C.2 Tujuan.....	4
D. TEMPAT DAN WAKTU .....	4
E. METODE PENGUMPULAN DATA.....	4
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
A. PENEGASAN JUDUL .....	6
B. KERANGKA KONSEP.....	8
B.1 PERIKLANAN .....	8
B.1.1 JENIS IKLAN .....	9
B.1.2 FUNGSI DAN TUJUAN IKLAN .....	13
B.1.3 MANFAAT IKLAN .....	14
B.2 VIDEO IKLAN .....	15
B.2.1 KELEBIHAN DAN KEKURANGAN IKLAN .....	15
B.2.2 TAHAPAN PRODUKSI .....	16
B.2.3 PENGERTIAN EDITING .....	18
B.2.4 SOFTWARE EDITING VIDEO .....	19
B.3 PERAN ART DIRECTOR .....	20
<b>BAB III DESKRIPSI ORGANISASI</b>	
A. PROFIL ORGANISASI IKPMP .....	22
B. SEJARAH ORGANISASI IKPMP.....	23
C. PROGRAM KERJA ORGANISASI IKPMP .....	24
D. TUJUAN ORGANISASI IKPMP.....	25
E. KEGIATAN ORGANISASI IKPMP.....	25
F. VISI DAN MISI ORGANISASI IKPMP .....	29
G. LANDASAN ORGANISASI IKPMP .....	30
H. LOGO ORGANISASI IKPMP .....	30
I. STRUKTUR ORGANISASI IKPMP .....	33
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. KEGIATAN KK.....	36
A.1 VIDEO.....	36
A.2 MEMBUAT TIME SCHEDULE .....	37



B. PEMBAHASAN KARYA .....	40
B.1 KERANGKA VIDEO ILM BERKUNJUNG KE CAFFE.....	40
B.2 KERANGKA VIDEO ILM BEROLAHRAGA .....	58
B.3 KERANGKA VIDEO ILM BERKUNJUNG KE PASAR .....	73
C. TAHAPAN EDITING.....	88
D. UPLOAD KARYA.....	106
E. CATATAN KRITIS .....	110
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. KESIMPULAN .....	111
B. SARAN .....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN	

## DARTAR GAMBAR

Gambar. 1 Logo IKPMP .....	22
Gambar. 2 Dokumentasi kegiatan IKPMP .....	26
Gambar. 3 Dokumentasi kegiatan IKPMP .....	26
Gambar. 4 Dokumentasi kegiatan IKPMP .....	27
Gambar. 5 Dokumentasi kegiatan IKPMP .....	27
Gambar. 6 Dokumentasi kegiatan IKPMP .....	28
Gambar. 7 Dokumentasi kegiatan IKPMP .....	28
Gambar. 8 Dokumentasi kegiatan IKPMP .....	29
Gambar. 9 Logo IKPMP .....	30
Gambar. 10 Struktur IKPMP .....	33
Gambar. 11 Pengembangan naskah iklan.....	42
Gambar. 12 Talent berkunjung ke caffe .....	43
Gambar. 13 Talent Extras/Pembantu.....	43
Gambar. 14 Talent Extras/Pembantu.....	44
Gambar. 15 Survey lokasi caffe .....	44
Gambar. 16 Produksi hari pertama.....	55
Gambar. 17 Proses Editing .....	56
Gambar. 18 Proses Dubbing Video .....	57
Gambar. 19 Talent berolahraga .....	60
Gambar. 20 Survey lokasi tambakboyo .....	60
Gambar. 21 Produksi hari kedua .....	71
Gambar. 22 Talent berkunjung ke pasar tradisional.....	74
Gambar. 23 Survey lokasi pasar demangan .....	75
Gambar. 24 Produksi hari ketiga .....	86
Gambar. 25 Pameran karya .....	88
Gambar. 26 Tahapan editing .....	89
Gambar. 27 Upload .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel. 1 Kepengurusan IKPMP 2019/2020 .....	34
Tabel. 2 Kepengurusan IKPMP 2020/2021 .....	35
Tabel. 3 Time schedule video ILM .....	38
Tabel. 4 Laporan budgeting .....	45
Tabel. 5 Shot list berkunjung ke kafe .....	45
Tabel. 6 Breakdown shot list .....	48
Tabel. 7 Storyboard berkunjung ke kafe .....	51
Tabel. 8 Kegiatan editing paska produksi .....	57
Tabel. 9 Laporan budgeting .....	61
Tabel. 10 Shot list berolahraga .....	61
Tabel. 11 Breakdown shot list .....	64
Tabel. 12 Storyboard berolahraga .....	66
Tabel. 13 Kegiatan editing paska produksi .....	72
Tabel. 14 Laporan budgeting .....	76
Tabel. 15 Shot list berkunjung ke pasar tradisional .....	77
Tabel. 16 Breakdown shot list .....	79
Tabel. 17 Storyboard berkunjung ke pasar .....	82
Tabel. 18 Kegiatan editing paska produksi .....	87
Tabel. 19 Kendala dan solusi ketika produksi .....	110

## **ABSTRAK**

Video iklan layanan masyarakat (ILM) Iklan Layanan Masyarakat (ILM) pada umumnya dirancang untuk menyampaikan pesan berupa informasi yang mendidik. Bukan mempromosikan produk atau layanan. ILM ditujukan untuk mengubah opini dan meningkatkan kesadaran masyarakat terkait isu-isu *fundamental*, serta menyebarkan informasi dengan cepat dan efisien. Dalam keadaan pandemi seperti ini seorang Art Director membuat sebuah video iklan layanan masyarakat tentang protokol kesehatan di era adaptasi kebiasaan baru diantaranya berbelanja ke pasar tradisional, berkunjung ke caffe, dan berolahraga di masa pandemi. Video ini bertujuan untuk menyadarkan kepada masyarakat betapa penting dan mahalnnya kesehatan kita saat ini. Dengan adanya video iklan layanan masyarakat ini berharap kasus covid-19 di Indonesia bisa menurun dan mengembalikan ekonomi masyarakat Indonesia.

**Kata kunci : Video, Iklan Layanan Masyarakat, Art Director, Covid-19.**

## **ABSTRACT**

*Public service advertisement videos (PSAs) Public Service Ads (PSAs) are generally designed to convey messages in the form of educational information. This service is not promoting a product or service. PSAs are aimed at changing opinions and increasing public awareness regarding fundamental issues, as well as disseminating information quickly and efficiently. In the current pandemic era, an Art Director makes a video public service advertisement about health protocols in an era of adaptation to new habits, including shopping at traditional markets, visiting cafes, and exercising during a pandemic. This video aims to make the public aware of how important and expensive our health today. With this public service video advertisement, it is hoped that the Covid-19 case in Indonesia can decline and restore the economy of the Indonesian people.*

**Keywords: Video, Public Service Advertisements, Art Director, Covid-19.**