

**PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT “BER - TUMBUH BERSAMA”
(PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN
BERSAMA HWDI MALANG)**

Tugas Akhir Karya Strategi dan Implementasi Iklan Layanan Masyarakat

LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA *CLIENT CENTERED*

(TAK STRATEGI DAN PRODUKSI IKLAN)

Tugas Akhir Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

MUHAMAD NUR RAMADHAN

(202010040311468)

Dosen Pembimbing :

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

TAHUN 2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

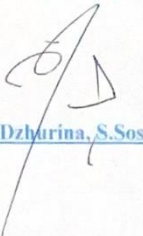
PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT "BER - TUMBUH BERSAMA"
(PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN
BERSAMA HWDI MALANG)

Diajukan Oleh :

Muhamad Nur Ramadhan
202010040311468

Telah disetujui
Rabu / 28 Agustus 2024

Pembimbing I



Isnani Dzharina, S.Sos. M.Adv

Wakil Dekan I



Rizal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhamad Nur Ramadhan

202010040311468

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

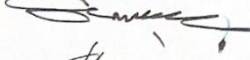


Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 28 Agustus 2024

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, S.Sos. M.A ()
2. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom ()
3. Isnani Dzuhrina, S.Sos. M.Adv ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamul Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

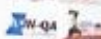
Nama : Muhamad Nur Ramadhan
NIM : 202010040311468
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
Judul Skripsi : PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER - TUMBUH BERSAMA" (PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA HWDI MALANG)

Disetujui,
Pembimbing

Isnani Dzuririna, S.Sos, M.Adv

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Sewidari 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Pusat)
F. +62 341 886 635

Kampus II
Jl. Hembungan Sultan No. 100 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Pusat)
F. +62 341 552 560

Kampus III
Jl. Rajah Tegalrejo No. 201 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 604 279 (Pusat)
F. +62 341 603 431
E. web@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Muhamad Nur Ramadhan

NIM : 202010040311468



Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER -
TUMBUH BERSAMA" (PRODUKSI ILMU TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN
BERSAMA HWDI MALANG)
adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah
diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak
terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian
ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam
sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur
PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK
YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan
hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON
EKSKLUSIF. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Malang, 6 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Muhamad Nur Ramadhan



Kampus I
Jl. Bundering 1 Malang, Jawa Timur
T +62 341 501 200 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bundering Selatan No. 188 Malang, Jawa Timur
T +62 341 501 140 (Hunting)
F +62 341 562 680

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 345 Malang, Jawa Timur
T +62 341 404 319 (Hunting)
F +62 341 403 400
E. info@ummalum.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2024


Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Muhamad Nur Ramadhan
No. Induk Mahasiswa : 202010040311468
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER - TUMBUH BERSAMA" (PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA HWDI MALANG)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing


Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv



Kampus 1
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 250 (Hunting)
F. +62 341 400 430

Kampus 2
Jl. Bendungan Sempati No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 240 (Hunting)
F. +62 341 500 000

Kampus 3
Jl. Raya Tuguwono No 348 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 400 210 (Hunting)
F. +62 341 400 430
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Muhamad Nur Ramadhan
NIM : 202010040311468
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2024/2025, dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 6 Agustus 2024

a.n Dekan
Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 251 200 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bawean-Suway No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunting)
F. +62 341 282 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 204 219 (Hunting)
F. +62 341 400 433
E. webmaster@umma.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PERAN
STRATEGIC PLANNER DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER - TUMBUH
BERSAMA"

(PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA IIWDI MALANG)

Oleh:

Nama : Muhamad Nur Ramadhan

NIM : 202010040311468

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 6 Agustus 2024.

Pembimbing I/Promotor

Isnani Dzybrina, S.Sos, M.Ady
NIP. 10306110439



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bawean 1 Malang Jawa Timur
P: +62 341 507 207 (Pusat)
F: +62 341 480 430

Kampus II
Jl. Bawean Selatan No. 158 Malang Jawa Timur
P: +62 341 507 207 (Pusat)
F: +62 341 580 600

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 748 Malang Jawa Timur
P: +62 341 404 200 (Pusat)
F: +62 341 403 430
E: webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Muhammad Nur Ramadhan

NIM : 202010040311468

Hasil Plagiasi : 6/7

BAB I	5			
BAB II	3			
BAB III	3			

6/7

BAB IV	6			
BAB V	0			
BAB VI	0			

Malang, 6 Juli 2024



Admin Plagiasi Prodi,
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Jumat, 28 Juni 2024

Pukul 18.30

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Muhamad Nur Ramadhan
NIM	202010040311468
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	PERAN <i>STRATEGIC PLANNER</i> DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER - TUMBUH BERSAMA" (PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA HWDI MALANG)
Pembimbing	Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv
Dosen Penguji I	Sugeng Winarno, S.Sos, . M.A.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I dan sejumlah 12 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS.

Malang, 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

Sugeng Winarno, S.Sos, . M.A.

Mengetahui,
Kaprod/Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Nasrullah, M.Si



Kampus I
Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 851 200 (Pusat)
F. +62 341 850 435

Kampus II
Jl. Bunderungan Selatan No. 180 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 527 180 (Pusat)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tuguagung No. 140 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 854 219 (Pusat)
F. +62 341 853 435
E. webmaster@ums.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Muhammad Pebri Rafiqi	201910040311007	Ilmu Komunikasi
2	Charnabila Ramadhani	202010040311487	Ilmu Komunikasi
3	Zaki Nur Ihsan	202010040311333	Ilmu komunikasi
4	Zain Arsyi Amin	202010040311171	Ilmu Komunikasi
5	Rahmi Nadhifatul Nisak	202010040311459	Ilmu Komunikasi
6	Dicky Putra Maulana	202010040311159	Ilmu Komunikasi
7	Aisyah Rizki Mardiana	202010040311264	Ilmu Komunikasi
8	Dwi Kurniawan putra	202010040311010	Ilmu komunikasi
9	Iqbal Maulana Astika Winardi	202010040311036	Ilmu Komunikasi
10	Isnaeni Indah	202010040311488	Ilmu Komunikasi
11	Ilham Nursyamsi Ardiansyah	202010040311476	Ilmu Komunikasi
12	Laylatul Silviyah	202010040311460	Ilmu Komunikasi

Malang, 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv



Kampus I
J. Sawah 1 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 551 252 (Pusat)
F: +62 341 650 435

Kampus II
J. Bendungan Suren No. 180 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 551 140 (Pusat)
F: +62 341 582 000

Kampus III
J. Bina Tripartita No. 240 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 464 2-9 (Pusat)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umma.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Mohamad Nur Ramadhan
2. NIM : 202010040311468
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER - TUMBUH BERSAMA" (PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA HWDI MALANG)
6. Pembimbing : Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
23/12/22	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
23/09/23	Ace judul penelitian PERAN <i>STRATEGIC PLANNER</i> DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER - TUMBUH BERSAMA" (PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA HWDI MALANG)	
19/07/23	Konsultasi Bab I, II, III	
03/07/23	Seminar Proposal Bab I,II,III	
10/07/23	Ace untuk melakukan produksi	
23/04/24	Konsultasi Bab IV	
21/05/24	Konsultasi Bab V	
11/06/24	Konsultasi Bab V,VI	
24/06/24	Ace untuk Seminar Hasil	
28/06/24	Seminar Hasil	

Malang, 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv



Kampus 1

Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 861 452 (Hunting)

Kampus 2

Jl. Besi-Bungur, Sukun No. 100 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 392 488 (Hunting)

Kampus 3

Jl. Raya Tlogomas No. 100 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 404 218 (Hunting)
E-mail: info@umm.ac.id

Abstraksi

Muhamad Nur Ramadhan, 202010040311468. PERAN *STRATEGIC PLANNER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BER - TUMBUH BERSAMA" (PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA HWDI MALANG). Program studi Ilmu komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2024. Pembimbing Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

Perempuan dengan disabilitas masih sering menghadapi berbagai tantangan, termasuk stigma yang menganggap mereka kurang mampu atau tidak setara dengan orang lain. Pandangan negatif ini dapat menimbulkan persepsi yang kurang baik terhadap mereka. Untuk mengatasi hal ini, Iklan Layanan Masyarakat berjudul "Ber-Tumbuh Bersama" dibuat bekerja sama dengan HWDI Malang. Iklan ILM ini bertujuan untuk Meningkatkan Rasa Kepedulian Masyarakat Terhadap Disabilitas Perempuan bersama HWDI Malang. Dalam pembuatan iklan ini dibutuhkan peran *Strategic Planner* yang meliputi 3 tahap. Pada tahap pertama Pra Produksi, peran *Strategic Planner* mencakup penelitian, penentuan tujuan, pengembangan pesan utama, perencanaan media, koordinasi dengan tim kreatif, dan pengembangan konsep. Pada tahap kedua Produksi dan ketiga Pasca Produksi, *Strategic Planner* memantau dan berkoordinasi dengan berbagai peran lainnya untuk memastikan kelancaran kampanye. Hasil kampanye "Ber - Tumbuh Bersama" menunjukkan strategi yang efektif, mencapai target, menerima komentar positif, dan berhasil mempersuasi masyarakat untuk lebih peduli terhadap perempuan dengan disabilitas sebagai individu yang setara.

Malang, 6 Agustus 2024

Menyetujui Pembimbing,


Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

NIP. 10306110439

Penulis


Muhamad Nur Ramadhan

NIM. 202010040311468

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada kita semua, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “Peran *Strategic Planner* dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Meningkatkan Rasa Kepedulian Masyarakat Terhadap Disabilitas Perempuan bersama HWDI Malang.”.

Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan S-1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Penyusunan ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan sebesar-besarnya terima kasih kepada:

1. **Orang tua tercinta**, yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada henti.
2. **Rektor Universitas Muhammadiyah Malang**, atas segala fasilitas dan kebijakan yang mendukung proses belajar-mengajar.
3. **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang**, atas bimbingan dan arahnya selama masa studi.
4. **Ibu Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv**, terima kasih atas bimbingan yang tak henti-hentinya membantu penulis menyelesaikan permasalahan dalam pembuatan karya ini dan rekomendasi sebagai dosen pembimbing.
5. **Ibu Siska Budianti**, terima kasih atas bantuan dan bimbingannya sebagai mentor klien, serta dukungan dalam menyelesaikan karya ini.
6. **Anggota HWDI Malang**, terima kasih atas partisipasi dan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan karya ini.

7. **Naufal Widya Mahendra**, terima kasih atas teman seperjuangan mulai awal kuliah sampai saat ini
8. **Najwa Ramadhania**, terima kasih atas telah menjadi teman seperjuangan
9. **Dini, Kafi, Zulvandi, Zain**, terima kasih atas pertemanan dan dukungan selama perkuliahan yang penuh makna.
10. **Crew/Volunteer dan Talent**, terima kasih atas waktu dan dedikasi yang telah diberikan untuk menyelesaikan karya ini.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi pembaca dan perkembangan ilmu komunikasi.

Malang, Juni 2024

Penulis

Muhamad Nur Ramadhan
NIM. 202010040311468



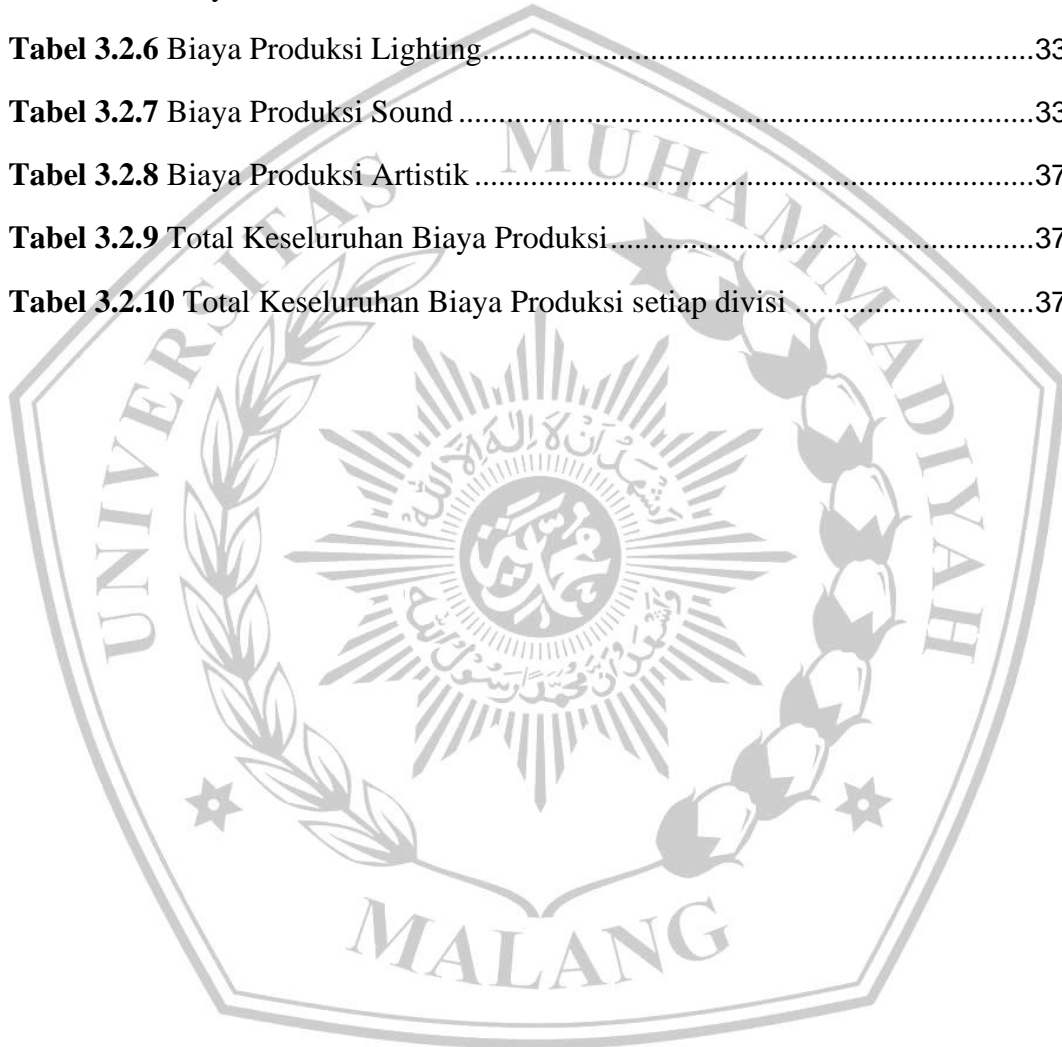
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
HASIL CEK PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	x
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.1.1 Analisis Situasi	3
I.1.2 Alasan Mengapa TA Harus Dilakukan	5
I.1.3 Identifikasi Masalah / Kebutuhan	6
I.2 Tujuan.....	9
I.3 Manfaat	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Kajian Seputar TA.....	11
II. 1.1 Pengertian dan Tugas <i>Strategic Planner</i>	11
II.1.2 Tugas Penting <i>Strategic Planner</i> dalam Membuat Iklan Layanan Masyarakat	12
II.1.3 Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Disabilitas	13
II.1.4 Seputar Disabilitas.....	15
II.1.5 Stigma Perempuan Khususnya Para Disabilitas.....	17
II.1.6 Media Sosial Sebagai Medium Iklan Layanan Masyarakat.....	18
II.2. Review Karya Sejenis	21
BAB III METODE PELAKSANAAN TUGAS AKHIR	
III.1. Rancangan Konsep Iklan “ Ber - Tumbuh Bersama”	24

a. Deskripsi Iklan	24
b. Tujuan Iklan	24
c. Segmentasi	25
d. Profil Target Audience	27
e. Pesan Kunci (Key Message)	27
f. Pemilihan Media	27
g. Tone Iklan	28
h. Mandatori	28
III.2. Rancangan Produksi	29
III.2.1 Timeline Produksi	29
III.2.2 Biaya Produksi	32
BAB IV DESKRIPSI PROGRAM PRODUKSI IKLAN	
IV.1 Profile Klien.....	38
IV.2 Profile Iklan	40
IV. 2.1. Sinopsis Iklan.....	40
IV.2.2 Gambar Teknis Iklan	41
IV.2.3 Talent/Cast Iklan.....	42
IV.2.4 Susunan Tim Produksi	43
IV.3 KPI	44
BAB V IMPLEMENTASI PROGRAM PRODUKSI	
V.1 Tahapan <i>Strategic Planner</i> dalam Program Produksi Iklan “ Ber - Tumbuh Bersama”	55
V1.1. Pra - Produksi.....	58
V1.2 Produksi	68
V.1.3 Pasca Produksi	72
V.2 Kendala dan Penyelesaian Masalah sebagai <i>Strategic Planner</i> dalam Produksi ...	75
V.3 Evaluasi Program Iklan Layanan Masyarakat “ Ber - tumbuh Bersama ”.....	78
V.4 Analisis Pencapaian <i>Strategic Planner</i> dalam Program ILM “ Ber Tumbuh Bersama”	79
BAB VI PENUTUP	
VI.1 Kesimpulan	93
VI.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1 Timeline Pra Produksi	30
Tabel 3.2.2 Timeline Produksi	31
Tabel 3.2.3 Timeline Pasca Produksi	32
Tabel 3.2.4 Biaya Produksi Manajerial	32
Tabel 3.2.5 Biaya Produksi DOP	33
Tabel 3.2.6 Biaya Produksi Lighting	33
Tabel 3.2.7 Biaya Produksi Sound	33
Tabel 3.2.8 Biaya Produksi Artistik	37
Tabel 3.2.9 Total Keseluruhan Biaya Produksi	37
Tabel 3.2.10 Total Keseluruhan Biaya Produksi setiap divisi	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tugas akhir karya tentang disabilitas	21
Gambar 4.1.1 Flowchart alur teknis iklan	41
Gambar 4.3.2 postingan sebelum penayangan Iklan “Ber - Tumbuh Bersama” ..	46
Gambar 4.3.3 Insight sebelum penayangan Iklan “Ber - Tumbuh Bersama”	46
Gambar 4.3.4 setelah beberapa menit penguploadan Iklan “Ber - Tumbuh Bersama”	47
Gambar 4.3.5 Beranda Instagram HWDI Setelah Upload Video Iklan.....	48
Gambar 4.3.6 Hasil insight iklan	48
Gambar 4.3.7 Hasil pendapat langsung responden 1	50
Gambar 4.3.8 Hasil pendapat langsung responden 2	51
Gambar 4.3.9 Hasil pendapat langsung responden 3	51
Gambar 4.3.10 Hasil pendapat langsung responden 4.....	51
Gambar 4.3.11 Hasil pendapat langsung responden 5.....	51
Gambar 4.3.12 Hasil pendapat langsung responden 6.....	51
Gambar 4.3.13 Hasil pendapat langsung responden 7.....	51
Gambar 4.3.14 Hasil pendapat langsung responden 8.....	51
Gambar 5.1.1 Logo Nara Production.....	56
Gambar 5.1.2 GForm untuk disebarakan	59
Gambar 5.1.3 Analisis dari Gform	59
Gambar 5.1.4 Hasil analisis Gform	60
Gambar 5.1.5 wawancara dan hasil wawancara dari beberapa pihak perwakilan disabilitas	61
Gambar 5.1.6 Diskusi bersama salah satu pengurus wakil HWDI Ibu Siska melalui Google Meet.....	63
Gambar 5.1.7 Proses pengerjaan Bab 1 sampai Bab 3	63
Gambar 5.1.8 Proses pembuatan konsep iklan	64
Gambar 5.1.9 Rapat bersama crew untuk membahas Pra Produksi	64

Gambar 5.1.10	Interaksi pengikut HWDI Malang	66
Gambar 5.1.11	Breakdown Artistik.....	67
Gambar 5.1.12	floor plan.....	67
Gambar 5.1.13	visual dan floor plan	68
Gambar 5.1.14	Jadwal produksi	69
Gambar 5.1.15	Produksi hari 1	70
Gambar 5.1.16	Produksi hari 2.....	70
Gambar 5.1.16	Penataan artistik.....	71
Gambar 5.1.17	Pasca produksi editing video iklan	72
Gambar 5.1.18	Penguploadan organik sebelum iklan “Ber - Tumbuh Besama”	73
Gambar 5.1.19	Teaser Iklan Layanan Masyarakat “ Ber - Tumbuh Bersama”	74
Gambar 5.1.20	Iklan Layanan Masyarakat “ Ber - Tumbuh Bersama”	75
	Bersama”	79
Gambar 5.4.1	Hasil tabulasi kuesioner.....	80
Gambar 5.4.2	Instagram HWDI Malang Sebelum Kampanye “Ber Tumbuh Besama”	82
Gambar 5.4.3	Organik pertama	83
Gambar 5.4.4	Organik kedua.....	84
Gambar 5.4.5	Organik ketiga	84
Gambar 5.4.6	Teaser “ Ber - Tumbuh Bersama”	85
Gambar 5.4.7	Jangkauan dari organik hingga iklan “ Ber - Tumbuh Bersama “	87
Gambar 5.4.8	Komentar dan interaksi positif dari para audience	88
Gambar 5.4.9	Pendapat Responden 1	90
Gambar 5.4.10	Pendapat Responden 2	91
Gambar 5.4.11	Pendapat Responden 3	92

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN 2

LAMPIRAN 3

LAMPIRAN 4

LAMPIRAN 5



DAFTAR PUSTAKA

- Angriani, P., & Maharani, I. (2019, March). Pengaruh Media Iklan Audio Visual Terhadap Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas Viii Smp Negeri 15 Palembang. In Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang.
- Ariani, I. A. P. N. W., dkk. (2016). Implikatur pada iklan layanan masyarakat. Jurnal JPBSI Undiksha, 4(2). <https://ejournal.undiksha.ac.id>. Diakses pada 22 Juni 2023.
- Aisyah, S., dkk. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Avissa Benita Amadea, T. H dkk. (2021). Penyutradaraan dalam perancangan iklan layanan masyarakat mengenai imajinasi pada teman tuli yang berkesenian. e-Proceeding of Art & Design, 2337-2350.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. McGraw-Hill Education.
- Budianto, Siska. (2023). Wawancara mengenai disabilitas, disabilitas perempuan dan HWDI (Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia). Pada bulan April 2023.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson : New York
- Chaeriyantama, F., Mustika, & Dupri, M. D. (2021). Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode MDLC. Jurnal Manajemen Sistem Informasi, 2(2), Juni 2021. ISSN: 2715-9426.
- Fadhila Utami, S. (2024). Contoh KPI social media. Whello Indonesia. Diakses dari <https://whello.id/tips-digital-marketing/ccontoh-kpi-social-media/>
- Gasti, D. R. (2017). *Kebangkitan iklan layanan masyarakat di Indonesia, masyarakat lebih peduli atau komunikasi media yang lebih baik?*.

Binus.ac.id. <https://binus.ac.id/malang/2017/10/kebangkitan-iklan-layanan-masyarakat-di-indonesia-masyarakat-lebih-peduli-atau-komunikasi-media-yang-lebih-baik/>

Gunawan, J. (2021). KPI social media marketing. Meson Digital. Diakses dari <https://meson-digital.com/blog/kpi-social-media-marketing/>

HWDI. (2023). Tentang HWDI. <https://www.hwdi.org/tentang-hwdi>

Huripah, E. (2014). Pekerjaan sosial dengan disabilitas di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial*, 2-14.

I Putu Adi Saskara, S. M. (2021). Buku ajar media periklanan berbasis implementasi tutorial praktek (Dasar, penggunaan dan pembuatan iklan). Denpasar: Swasta Nulus.

Ishak Salim, M. J. (2021). Memantau pemenuhan hak-hak disabilitas. Jakarta: Bappenas, KSP, dan JPODI.

Jones, M., Brown, L., & Smith, A. (2019). *Media and Communication*. Pengaruh Media Massa dalam Membentuk Opini Publik Terkait Isu Inklusivitas. *Media and Communication*, 11(3), 45-58. doi:10.1080/medcom.2019.114589.

Ken. (2023). Wawancara mengenai Disabilitas dan Linsos (Lingkar Sosial). Pada bulan April 2023.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Lee, N. R. (2015). *Social marketing: Influencing behaviors for good*. SAGE Publications.

Lembaga Bahtsul Masail (LBM) PBNU, P. P. (2019). *Fikih penguatan penyandang disabilitas*. Jakarta Pusat: Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU), Ditjen Bimas Islam Kementerian Agama RI.

- Liamputtong, P. (2013). *Research methods in health: Foundations for evidence-based practice*. Oxford University Press.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 116-129.
- Maria Syafri, A. (2023). Bentuk dan bahasa iklan layanan masyarakat melalui Instagram. *Ta'rim: Jurnal Pendidikan dan Anak Usia Dini*, 56-64.
- Mustajab, R. (2022). Internet detail Indonesia miliki 9717 juta pengguna Instagram hingga akhir 2022. <https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>. Diakses pada 13 Juni 2023.
- Nancy Rahakbauw, D. M. (2018). Perlindungan sosial bagi perempuan disabilitas (Studi di Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia (HWDI) Maluku). *Sosial Politik Humaniora*, 145-163.
- Ngalup. (2023). KPI social media. Diakses dari <https://ngalup.co/artikel/kpi-social-media/>
- Nomleni, F. T., & Manu, T. S. N. (2018). Pengembangan media audio visual dan alat peraga dalam meningkatkan pemahaman konsep dan pemecahan masalah. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 8(3), 219-230.
- Putri, M. L., Sutjipto, V. W., Sary, M. P., Firdausah, L., & Amarawati, Y. P. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwah kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. *KINESIK*, 8(3), 285.
- Pratiwi, S. A., & Hidayat, D. (2020). Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 Di Media Sosial dan Perilaku Masyarakat di Jawa Barat. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(02).
- Santoso, H. (2015). Upaya meningkatkan minat dan budaya membaca buku melalui iklan layanan masyarakat. Artikel (Online). <http://library.um.ac.id>. Diakses tanggal 13 Desember 2019.

Saniyyah. (2023, Oktober 6). *Jenis iklan berdasarkan tujuan dan isinya serta contohnya, yuk ketahui!*. DetikFinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6966866/jenis-iklan-berdasarkan-tujuan-dan-isinya-serta-contohnya-yuk-ketahui>

Smith, P. R., & Zook, Z. (2016). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media* (6th ed.). Kogan Page

Smith, P. R., & Taylor, J. (2004). *Marketing communications: Discovery, creation and conversations*. Kogan Page.

Smith, R. D. (2017). *Strategic planning for public relations*. New York : Routledge.

Smith, J., & Cooper, R. (2020). *Journal of Disability & Society*. Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Disabilitas. *Journal of Disability & Society*, 24(2), 128-142. doi:10.1080/disoc.2020.223901.

Thohari, S. (2014). Pandangan disabilitas dan aksesibilitas fasilitas publik bagi penyandang disabilitas di Kota Malang. *Indonesian Journal of Disability Studies*, 27-27.

Wibisono, A. (2019). Memahami metode penelitian kualitatif. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2023.

Widinarsih, D. (2019). Penyandang disabilitas di Indonesia: Perkembangan istilah dan definisi. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 127-142.