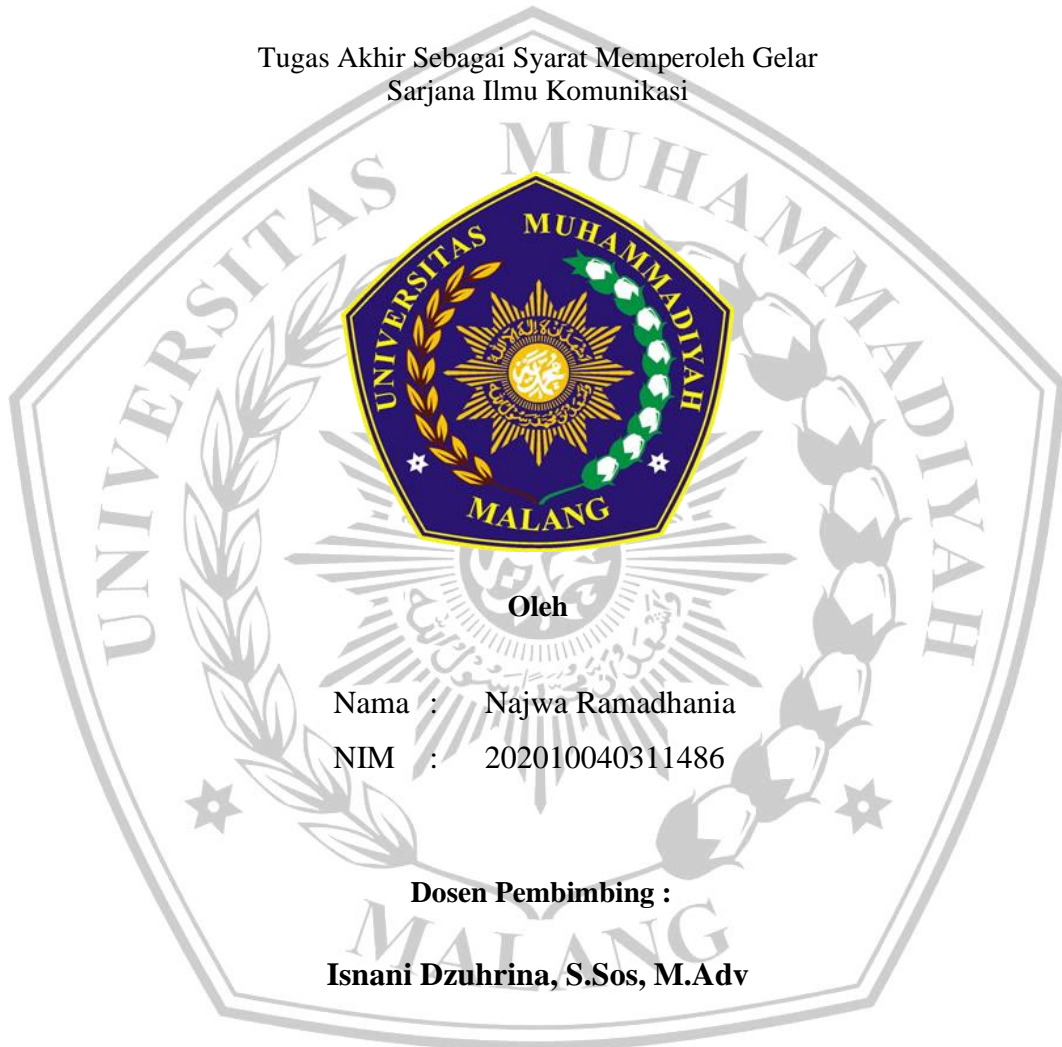


**PERAN *COPYWRITER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT “BER - TUMBUH BERSAMA”
(PRODUKSI ILM TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN
BERSAMA HWDI MALANG)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA *CLIENT CENTERED*
(STRATEGI DAN PRODUKSI IKLAN)**

Tugas Akhir Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Najwa Ramadhania

NIM : 202010040311486

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

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

Diajukan Oleh :

Najwa Ramadhania
202010040311486

Telah disetujui
Rabu / 28 Agustus 2024

Pembimbing I



Isnani Dzharina, S.Sos. M.Adv

Wakil Dekan I



Najamuddin Kholis, S.I.P., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

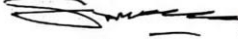
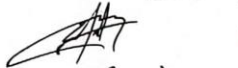

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Najwa Ramadhania
202010040311486

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

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 I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, S.P., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Najwa Ramadhania
NIM : 202010040311486
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
Judul Skripsi : PERAN COPYWRITER DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "Ber-Tumbuh Bersama" (Produksi ILM Tentang Kampanye Disabilitas Perempuan Bersama HWDI Malang)

Disetujui,
Pembimbing

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No.188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 145 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Najwa Ramadhania
NIM : 202010040311486
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 COPYWRITER DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
"Ber-Tumbuh Bersama" (Produksi ILM 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,



Najwa Ramadhania



Kampus I
Jl. Bandang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulami No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/

/FISIP-UMM/VI/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Najwa Ramadhania
No. Induk Mahasiswa : 202010040311486
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERAN COPYWRITER 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 Dzahrina, S.Sos, M.Adv



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No.188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



(* Coret yang tidak perlu

SURAT KETERANGAN

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

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

NAMA : Najwa Ramadhania
NIM : 202010040311486
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. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.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 COPYWRITER DALAM
PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "Ber-Tumbuh Bersama" (Produksi ILM
Tentang Kampanye Disabilitas Perempuan Bersama HWDI Malang)

Oleh:

Nama : Najwa Ramadhania

NIM : 202010040311486

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 6 Agustus 2024.

Pembimbing I/Promotor

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

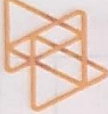


Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Najwa Ramadhania
NIM : 202010040311486


Hasil Plagiasi: ^{16/8}

BAB I	5		
BAB II	9		
BAB III	5		

^{16/8}

BAB IV	7		
BAB V	0		
BAB VI	0		

Malang, 16 Agustus 2024.

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Jumat, 28 Juni 2024

Pukul 18.30

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Najwa Ramadhania
NIM	202010040311486
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Peran Copywriter 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 1	Sugeng Winarno, S.Sos, . M.A.

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

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 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. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 951 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulami No 100 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 951 149 (Hunting)
F: +62 341 582 065

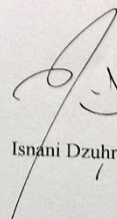
Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

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 Silviah	202010040311460	Ilmu Komunikasi

Malang, 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,



Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendingan, Sutami No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Najwa Ramadhania
2. NIM : 202010040311486
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Peran Copywriter 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	Acc judul penelitian "Peran Copywriter 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	Acc 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	Acc untuk Seminar Hasil	
28/06/24	Seminar Hasil	

Malang, 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv



Kampus I
 Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
 P: +62 341 501 253 (Hunting)
 F: +62 341 480 435

Kampus II
 Jl. Bendungan Sutami No.188 Malang, Jawa Timur
 P: +62 341 931 149 (Hunting)
 F: +62 341 582 060

Kampus III
 Jl. Raya Topomas No. 248 Malang, Jawa Timur
 P: +62 341 464 318 (Hunting)
 F: +62 341 460 435
 E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAKSI

ABSTRAKSI

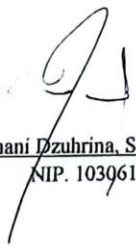
Najwa Ramadhania, 202010040311486. PERAN *COPYWRITER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BER-TUMBUH BERSAMA” (PRODUKSI ILMU TENTANG KAMPANYE DISABILITAS PEREMPUAN BERSAMA HWDI MALANG). Program studi Ilmu komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2024. Pembimbing Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv


Masalah yang dihadapi oleh perempuan disabilitas seringkali berupa stigma yang menganggap mereka tidak mampu melakukan kegiatan seperti orang pada umumnya. Stigma ini mengakibatkan pandangan negatif terhadap individu dengan disabilitas. Oleh karena itu, iklan layanan masyarakat berjudul “Ber-Tumbuh Bersama” hadir bersama HWDI Malang. Tujuan dari pembuatan iklan ini untuk meningkatkan rasa kepedulian masyarakat terhadap disabilitas terutama disabilitas perempuan. Dalam proses pembuatan iklan, tidak terlepas dari peran *Copywriter* yang bertanggung jawab untuk merumuskan pesan utama kampanye. Peran *Copywriter* mencakup beberapa tahapan dalam pembuatan video iklan, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Dengan narasi yang kuat dan penggunaan voice-over, penonton dapat memahami pesan yang disampaikan. Kampanye ini disebar dan diukur melalui metrik media sosial. Hasil dari kampanye “Ber-Tumbuh Bersama” menunjukkan pencapaian yang melebihi KPI dan mendapat beberapa komentar positif mengenai video iklan tersebut.

Malang, 13 Agustus 2024

Menyetujui Pembimbing,

Penulis


Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv
NIP. 10306110439


Najwa Ramadhania
NIM. 202010040311486

Kata Pengantar

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada kita semua, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “PERAN *COPYWRITER* DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BER-TUMBUH BERSAMA” (PRODUKSI ILMU TENTANG KAMPANYE 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 Tim Nara Production, 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 dan Muhammad Nur Ramadhan**, terima kasih telah menjadi teman seperjuangan.
8. **Anjar Hanif Fadhli dan Fazira Ukhtiania**, terima kasih atas persahabatan dan dukungannya.
9. **Radisyafa Safa, Salma Lerhona dan Tiara Zikra**, terima kasih atas persahabatan, bantuan dan dukungannya.
10. **Charnabila, Isnaeni Indah dan Laylatul Silviyah**, terima kasih atas pertemanan selama perkuliahan yang penuh makna.
11. **Fatimatuzzahra**, terima kasih atas bantuan dan dukungannya yang sudah diberikan.

12. **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.



Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
HASIL CEK PLAGIASI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	xi
ABSTRAKSI	xii
Kata Pengantar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
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 TA	8
I.3 Manfaat TA	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Kajian Seputar TA	11
II.1.1 Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Disabilitas	11
II.1.2 Seputar Disabilitas	13
II.1.3 Stigma Perempuan Khususnya Para Disabilitas	14
II.1.4 Media Sosial Sebagai Medium Iklan Layanan Masyarakat	15
II.1.5 Copywriting Bahasa Persuasif dalam Iklan Layanan Masyarakat ..	18
II.2 Review Karya Sejenis	19
BAB III METODE PELAKSANAAN TUGAS AKHIR	21
III.1 Rancangan Iklan (Brief)	21
III.2 Rancangan Produksi	25
III.2.1 Timeline Produksi	25
III.2.2 Biaya Produksi*	28
BAB IV DESKRIPSI PROGRAM PRODUKSI IKLAN	35

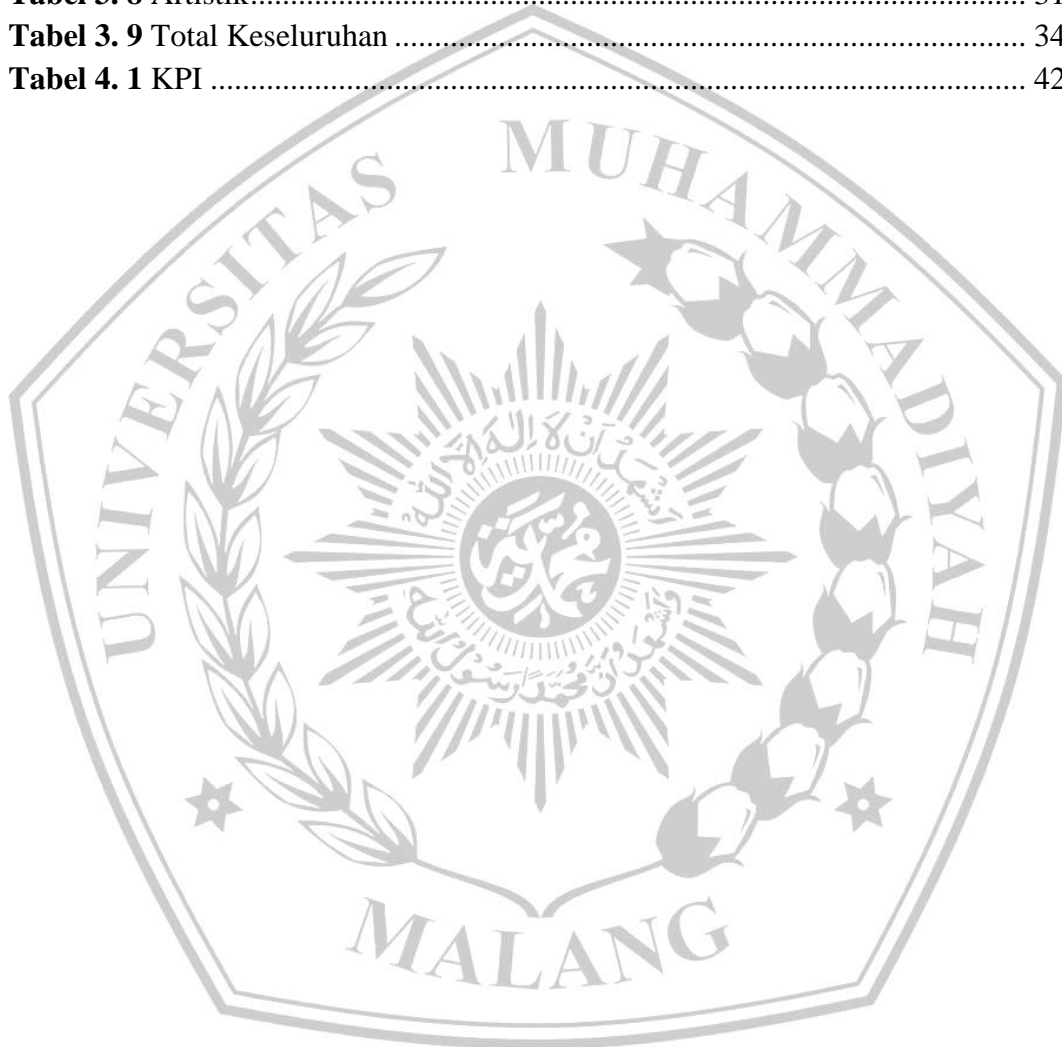
IV.1	Profile Klien	35
IV.2	Profile Iklan	37
IV.2.1	Sinopsis Iklan.....	37
IV.2.2	Gambar Teknis Iklan	37
IV.2.3	Talent/Cast Iklan.....	39
IV.2.4	Susunan Tim Produksi	40
IV.3	KPI.....	40
BAB V IMPLEMENTASI PROGRAM PRODUKSI IKLAN		52
V.1	Tahapan Copywriting dalam Program Produksi Iklan “Ber-Tumbuh Bersama”	52
V.1.1	Pra Produksi.....	56
V.1.2	Produksi	72
V.1.3	Pasca Produksi	73
V.2	Kendala dan Penyelesaian Masalah Produksi	75
V.3	Evaluasi program.....	76
V.4	Analisis Pencapaian Program	77
BAB VI PENUTUP		85
VI.1	Kesimpulan.....	85
VI.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		93

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Tugas Akhir Karya Tentang Disabilitas	19
Gambar 4. 1 Flowchart Alur Teknis Iklan.....	38
Gambar 4. 2 Kerja Sama dengan Ngalam	39
Gambar 4. 3 Postingan Sebelum Penayangan Iklan “Ber – Tumbuh Bersama” .	43
Gambar 4. 4 Insight Sebelum Penayangan Iklan “Ber - Tumbuh Bersama”	43
Gambar 4. 5 Setelah Beberapa Menit Penguploadan Iklan “Ber - Tumbuh Bersama”	45
Gambar 4. 6 Beranda Instagram HWDI Setelah Upload Video Iklan.....	45
Gambar 4. 7 Hasil Insight Video Iklan.....	46
Gambar 4. 8 Hasil Riset Kesan Audiens Pasca Penayangan Iklan.....	49
Gambar 4. 9 Hasil Riset Pendapat Audiens Pasca Penayangan Iklan	50
Gambar 4. 10 Hasil Riset Saran Audiens Pasca Penayangan Iklan	51
Gambar 5. 1 Google Form untuk disebarakan	57
Gambar 5. 2 Analisis dari Google Form.....	57
Gambar 5. 3 Hasil Analisis Google Form	57
Gambar 5. 4 Hasil Riset Kepada Audiens	58
Gambar 5. 5 Wawancara dari Pihak Perwakilan Disabilitas	59
Gambar 5. 6 Diskusi Bersama Perwakilan HWDI Ibu Siska Melalui Google Meet	60
Gambar 5. 7 Proses Pembuatan Konsep Iklan.....	71
Gambar 5. 8 Rapat Bersama Crew Untuk Membahas Pra Produksi	71
Gambar 5. 9 Gambar Produksi Day 1.....	72
Gambar 5. 10 Produksi Day 2	73
Gambar 5. 11 Pasca Produksi Editing Video Iklan	74
Gambar 5. 12 Caption, Hashtag dan Tagline serta Analisis Instagram HWDI...	75
Gambar 5. 13 Hasil Riset Google Form Membela Hak Disabilitas	78
Gambar 5. 14 Hasil Riset Google Form Mendukung Kebutuhan Disabilitas	78
Gambar 5. 15 Analisis Kunjungan Profil Instagram HWDI	80
Gambar 5. 16 Komentar Kampanye Iklan Ber-Tumbuh Bersama	81
Gambar 5. 17 Insight Postingan Kampanye Iklan Ber-Tumbuh Bersama	81
Gambar 5. 18 Komentar dan Interaksi Positif dari Audience.....	83

Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Pra Produksi	25
Tabel 3. 2 Produksi.....	27
Tabel 3. 3 Pasca Produksi.....	28
Tabel 3. 4 Managerial.....	29
Tabel 3. 5 DOP	29
Tabel 3. 6 Lighting	30
Tabel 3. 7 Sound.....	30
Tabel 3. 8 Artistik.....	31
Tabel 3. 9 Total Keseluruhan	34
Tabel 4. 1 KPI	42



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Dokumen MoU/MoA.....
Lampiran 2 Dokumen Riset
Lampiran 3 Mock-up Iklan.....
Lampiran 4 BTS/ Dokumentasi Produksi
Lampiran 5 Dokumentasi Media Placement Iklan
Lampiran 6 Moodboard.....
Lampiran 7 Script.....



DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S., dkk. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

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*.

Ardilla, D. N. (2023). AI Copywriting: Copywriting Tanpa Ribet Dan Pusing. *Anak Hebat Indonesia*.

Ariani, Ida Ayu Putu Nikke Widhi dkk. 2016. "Implikatur Pada Iklan Layanan Masyarakat". *Jurnal JPBSI Undiksha*, (Online). Vol.4, No.2, (<https://ejournal.undiksha.ac.id>). diakses pada 22 Juni 2023.

Asiani, F. (2020). Persuasive copywriting: sebuah seni menjual melalui tulisan. *Anak Hebat Indonesia*.

Avissa Benita Amadea, T. H. (2021). PENYUTRADARAAN DALAM PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENGENAI IMAJINASI PADA TEMAN TULI YANG BERKESENIAN. *e- Proceeding of Art & Design* , 2337 - 2350.

Budi, M. D. M. S., Febriani, S. B., Anggraini, S. D., & Widhiandono, D. (2023). PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DAN COPYWRITING UNTUK PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM KERUPUK IKAN "DUA BERLIAN" DI DESA JIYU. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 2(01), 451-458.

Budianti, Siska. (2023). Wawancara mengenai disabilitas, disabilitas perempuan dan HWDI (Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia). Pada bulan April 2023.

Chaeriyantama, F., Mustika, M., & Dupri, M. D. (2021). Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro

Menggunakan Metode Dlc. *Jurnal Mahasiswa Sistem Informasi (JMSI)*, 2(2), 154-165.

Fadhila Utami, S. (2024). Contoh KPI Social Media. Whello Indonesia. Diakses dari <https://whello.id/tips-digital-marketing/contoh-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/>

Huripah, E. (2014). PEKERJAAN SOSIAL DENGAN DISABILITAS DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial*, 2 - 14.

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

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.

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.

Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2022). Peran Copywriter Dalam Membangun Brand awareness Sarimi Puass Di Instagram. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 7.

Musman, A. (2023). The Art of Copywriting: Cara Mudah Mendapatkan Konsumen dan Mencetak Cuan di Atas Rata-rata. *Anak Hebat Indonesia*.

Mustajab, Ridwan 2023. 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.

PENGUSUL, T. COPYWRITING DALAM BENTUK FIGURE OF SPEECH DI DALAM IKLAN.

Pratishara, G., & Masduki, A. (2017). Pelatihan Perancangan Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 489-496.

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).

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.

Santoso, Hari. 2015. "Upaya Meningkatkan Minat dan Budaya Membaca Buku Melalui Iklan Layanan Masyarakat". Artikel (Online). Jilid-, No.-, (<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, 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*. Retrieved from www.djkn.kemenkeu.go.id:
<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.

Zelfy Ardini, A. (2021). Peran Copywriter dalam Proses Produksi Iklan TVC di Divisi Promo MNC Group.

