

**PERAN COPYWRITER DALAM PRODUKSI IKLAN
KOMERSIAL WISATA TELOGO SEWU PANDAAN**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Oevi Naeila Hermawati 202110040311114

Dosen Pembimbing :

Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si

**PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN

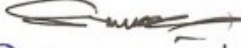
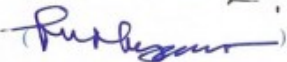

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ocvi Naeila Hermawati
202110040311114

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 3 September 2025 sidang
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, S.Sos, MA ()
2. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D ()
3. Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Najamuddin Ridwan, S.IP., M.Hub.Int.

PERAN COPYWRITER DALAM PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL WISATA
TELOGO SEWU PANDAAN

Diajukan Oleh :

Oevi Naeila Hermawati
202110040311114

Telah disetujui
Rabu / 3 September 2025

Pembimbing I



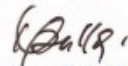
Novin Farid Setvo Wibowo, S.Sos, M.Si

Wakil Dekan I



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

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Ocvi Naeila Hermawati
NIM : 202110040311114
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Peran Copywriter Dalam Produksi Iklan Komersial Wisata Telogo Sewu Pandaan

Disetujui,
Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo S.Sos, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si



Kampus I
Jl. Darmawang 1 Ubelang, Jawa Timur
P. +62 341 521 221 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidiem No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 148 (Hunting)
F. +62 341 682 065

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ocvi Naeila Hermawati
NIM : 202110040311114
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir Karya dengan Judul "PERAN COPYWRITER DALAM PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL WISATA TELOGO SEWU PANDAN" 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, 10 Juli 2025

Yang Menyatakan,



Ocvi Naeila Hermawati



Kampus I
Jl. Bendoang 1, Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 250 (Hunting)
F. +62 341 896 433

Kampus II
Jl. Bendungan Sutawo No. 166 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 511 122 (Hunting)
F. +62 341 567 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 249 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 494 313 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/II/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Oevi Naeila Hermawati
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311114
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Peran Copywriter dalam produksi iklan komersial Telogo Sewu Pandaan

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

Malang, 10 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Rawasari 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 660 435

Kampus II
Jl. Bendungan Gusani No 155 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 063

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS KULIAH



*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/II/2025

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

NAMA : Oevi Naeila Hermawati
NIM : 202110040311114
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2025/2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

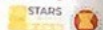
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 10 Juli 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah, M.Si



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

Kampus II
Jl. Bendungan Sudaer No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 450 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

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

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:
PERAN COPYWRITER DALAM PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL WISATA
TELOGO SEWU PANDAAN

Oleh:

Nama : Oevi Naeila Hermawati

NIM : 202110040311114

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

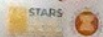
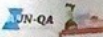
Menyetujui,

Malang, 10 Juli 2025

Pembimbing I/Promotor

Novin Farid Setyo Wibowo S.Sos, M.Si

NIP. 10303110440

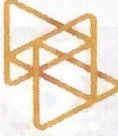


Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutam No 198 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 146 (Hunting)
F. +62 341 587 060

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 : OCvi Naeila Hermawati
NIM : 202110090311114

Hasil Plagiasi : ^{21/8}

BAB I	11			
BAB II	9			
BAB III	5			

^{21/8}

BAB IV	8			
BAB V	1			
BAB VI	3			

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 21 Agustus 2025
M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Pada hari Selasa, 24 Juni 2025

Pukul 10.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Oevi Naeila Hermawati
2. NIM : 202110040311114
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Peran Copywriter Dalam Produksi Iklan Komersial
Wisata Telogo Sewu Pandaan
6. Pembimbing : Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si
7. Penguji : Sugeng Winarno, S.Sos, M.A

Malang, 10 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji,

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

Sugeng Winarno, S.Sos, M.A

Mengetahui,
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si




Kampus I
Jl. Bendojati 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 257 (Pusat)
F: +62 341 460 435


Kampus II
Jl. Bendojati Dalam No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 140 (Pusat)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tigorosen No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Pusat)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



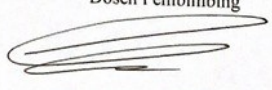
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI


NO.	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Fatihah Royan	202110040311065	Ilmu Komunikasi
2.	Ericka Erytharina Andini	202110040311309	Ilmu Komunikasi
3.	Dieva Rahmadhani	202110040311456	Ilmu Komunikasi
4.	Pratiwi Risang Ayu Yudiansyah	202110040311150	Ilmu Komunikasi
5.	Shinta Ayu Banowati	202110040311158	Ilmu Komunikasi
6.	Diva Alvita	202110040311160	Ilmu Komunikasi
7.	Eka Pratiwi Setyawati	202110040311144	Ilmu Komunikasi
8.	Stella Nuri P.S	202110040311120	Ilmu Komunikasi
9.	Zahrah	202110040311201	Ilmu Komunikasi
10.	Meilinda Tri Nur Nisa	202110040311119	Ilmu Komunikasi
11.	Adelia Rizki Amalia	202010040311454	Ilmu Komunikasi
12.	Rahmawati Asy syifa'Pu	202110040311113	Ilmu Komunikasi
13.	Salwa Rahmania Rizky	202110040311138	Ilmu Komunikasi
14.	Sindy Yolana Ferinda	202110040311379	Ilmu Komunikasi
15.	Devi Anggraini	202110040311175	Ilmu Komunikasi

Malang, 10 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Surodimo 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 591 253 (Hunting)
F: +62 341 860 435

Kampus II
Jl. Bembungan Sukemi No. 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 148 (Hunting)
F: +62 341 583 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 469 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

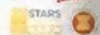
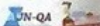
1. Nama : Oevi Naeila Hermawati
2. NIM : 202110040311114
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Peran Copywriter Dalam Produksi Iklan Komersial Wisata Telogo Sewu Pandaan
6. Pembimbing : Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
19/10/2024	ACC Judul Penelitian	
08/01/2025	Sempro	
15/01/2025	ACC Produksi Iklan Komersial Wisata Telogo Sewu Pandaan	
25/04/2025	Tayang Hasil Iklan	
30/04/2025	Konsultasi untuk Bab IV	
04/05/2025	Konsultasi untuk Bab V	
06/05/2025	Konsultasi untuk Bab V-VI	
12/05/2025	ACC untuk Seminar Hasil	
24/06/2025	Seminar Hasil	

Malang, 10 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutomo No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 748 (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

ABSTRAK

ABSTRAK

Ocvi Naeila Hermawati. NIM 202110040311114. Peran Copywriter dalam produksi iklan komersial Wisata Telogo Sewu Pandaan. Tugas Akhir Karya dan Produksi Iklan.

Tugas akhir *Client Centered* Wisata Telogo Sewu masih sangat minim promosi di sosial media Instagram terutama menjangkau pasar luar daerah, sehingga potensi wisata belum dikenal luas. Maka sebelum memproduksi iklan ini, diperlukanya observasi dan wawancara dengan divisi kepala menejemen Telogo Sewu, guna mengetahui secara pasti posisi pasar Telogo Sewu dan kebutuhan target. Iklan ini memiliki target audiens 20 – 40 Tahun yang sebagian besar aktif menggunakan media sosial salah satunya instagram. Oleh sebab itu dengan dibuatnya iklan menjadi peluang besar untuk memperkenalkan pesona alam yang dimiliki Wisata Telogo Sewu dengan kesegaran mata air alami yang langsung dari sumbernya. Copywriter dalam iklan komersial Wisata Telogo Sewu memiliki peran dalam mengembangkan teknik untuk menyampaikan pesan yang bertujuan agar menarik audiens supaya iklan tersebut terlihat menarik. Visual yang ditampilkan bernuansa happy, cheerful, dan kekeluargaan dikarenakan menyesuaikan tempat yang ramai pengunjung, serta udara alam yang sangat tenang dan sejuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa copywriter mencapai tujuan dalam meningkatkan target pasar sampai luar daerah dan menciptakan perspektif positif terhadap iklan wisata Telogo Sewu, dibuktikan dengan hasil analis pencapaian program yang menunjukkan bahwa iklan kami lebih unggul dari konten sebelumnya di Instagram Telogo Sewu. Kemudian hasil review karya iklan dengan melakukan penilaian ke 50 orang secara online yang pernah terlibat produksi atau karya audio visual, mayoritas responden memberikan penilaian sangat menarik atau menarik

Kata kunci: Copywriter, iklan komersial, Wisata Telogo Sewu Pandaan

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si
NIP. 10303110440

Malang, 2 Juni 2025

Penulis



Ocvi Naeila Hermawati
NIM 202110040311114

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang. Berkat rahmat, hidayah serta atas kehadirat-Nya, kami dapat menyelesaikan penyusunan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul “Produksi Iklan Komersial Wisata Telogo Sewu Pandaan”

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Penulisan proposal ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Tanpa bantuan dan dorongan pihak yang terlibat, penyusunan proposal ini tidak akan terlaksana dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang bersangkutan.

Kami sangat berharap proposal ini dapat bermanfaat bagi penelitian kedepannya khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi. Kami menyadari proposal ini masih jauh dari sempurna dan dengan senang hati menerima kritik maupun saran yang membangun sangat kami harapkan.

penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan dan doa dari berbagai pihak yang selalu ada untuk saya. hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik Oleh karena itu, Saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Nazarudin Malik, S.e., M.Si**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. **Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. **Bapak Nasruallah, S.Sos., M.Si.**, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. **Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si.**, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan penuh keikhlasan membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya karena telah memberikan waktu ditengah kesibukan, serta memberi semangat di saat saya merasa ragu dan arah semua terasa buntu.
5. **Bapak kasdu**. Terimakasih atas kerjasama dan partisipasinya sebagai ketua

manajemen wisata Telogo Sewu. Semoga kedepannya wisata ini terus berkembang menjadi destinasi favorite liburan dan semakin dikenal oleh masyarakat luar daerah termasuk daerah luar Pandaan seperti daerah Malang dan Surabaya.

6. **Bapak Dwi Hermantoro.** Bapak saya tercinta dan panutanku, Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun beliau mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mencari rezeki dan mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai gelar sarjana.

7. **Mamah Sulistiyowati.** Pintu surgaku mamah tercinta yang telah melahirkan, memberikan kasih sayang dan cinta kepada penulis, serta selalu menjadi tempat berpulang ternyaman disaat penulis berada di titik terendah. Terimakasih untuk doa – doa yang beliau panjatkan selama penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

8. **Ocvi (penulis sendiri).** Terimakasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, meski berkali-kali nyaris putus asa. Yang mampu mengendalikan diri sendiri untuk bersabar dan berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

9. **Labib Reza.** Terimakasih telah memberikan segala dukungan, baik dalam bentuk kenyamanan, semangat, motivasi, maupun kebersamaan yang telah memberikan warna tersendiri dalam perjalanan ini. Dukungan dan kebaikanmu sangat berarti dan telah membantu saya melalui berbagai tantangan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam setiap doa yang diam, kamu selalu bagian yang tidak pernah absen. Terimakasih telah bertahan, mendukung, dan menerima versi diriku yang mungkin tak selalu kuat.

10. **Taqiyya Hanifah.** Sahabat kecilku sekaligus partner dalam proses tugas akhir. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku, meskipun jalan kita tak selalu sama tapi dukunganmu tak pernah berubah, terimakasih telah bertahan sampai kita menyelesaikan tugas akhir bersama, saling menyemangati, atau sekedar menenangkan satu sama lain. Semoga keberhasilan ini bukanlah

akhir, tapi awal dari perjalanan yang lebih luar biasa, dan semoga persahabatan ini tetap abadi

11. **Shawa Nadiah.** adikku tersayang. Terimakasih telah memberi semangat dalam perjalanan panjang ini, kau mungkin belum sepenuhnya mengerti apa yang sedang mba perjuangkan, tapi kehadiranmu selalu berhasil menguatkan, keluarga dan termasuk kamu adalah alasan terbesar untuk terus maju. Semoga suatu hari nanti, kamu pun akan meraih mimpi besarmu.

12. **Tiwi, Eka, Shinta, Diva (iskun).** Terimakasih teman seperjuangan sejak masa maba, yang tumbuh bersama dalam tawa, tangis, tugas, dan segala kekacauan dunia perkuliahan, hingga momen saling menyemangati skripsi, kini tak terasa kami lulus bersama, langkah kita menuju dunia baru, tapi semua yang kita lalui akan tetap hidup dalam hati. Terimakasih telah bersama

13. **Difka adela.** Terimakasih sudah menjadi partner sekaligus tim selama tugas akhir karya iklan ini. Meski sering berbeda pendapat, tekanan waktu, dan kelelahan, kita mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Semoga kerja sama ini menjadi pengalaman berharga.

14. **Nafisha Irdina.** Terimakasih kepada teman saya yang dengan tulus memberikan bantuan selama kegiatan tugas akhir iklan pada tim kami, kehadiran dan kebaikan hatimu dalam memberikan akses, serta mendukung kegiatan kami, memberikan pengalaman dan inspirasi. Terimakasih atas kepercayaan, kerja sama, dan kemurahan hatimu.

15. **Echa, Rahma, Putri,** teman semasa SMA saya. Terimakasih meskipun jarak dan kuliah kita berbeda, kalian selalu hadir ditengah kesibukan masing- masing, kalian masih mau mendengarkan keluh kesahku, dan tempat bermain disaat aku merasa lelah. Kita terus tumbuh dan saling mendukung satu sama lain dengan cara kita masing – masing.

16. **Dan untuk semua pihak** yang tidak bisa disebutkan satu per-satu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak yang telah mendoakan dan memberikan dukungan, tanpa dukungan kalian, skripsi ini tidak akan terselesaikan.

Semoga kebaikan dan kontribusi yang diberikan dapat menjadi amal baik dan Allah selalu memberikan rahmat dan karunia – Nya kepada kita semua untuk mencapai segala yang kita impikan. Bantuan perhatian yang telah diberikan sangat berarti, akhir kata, semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak – pihak yang berkepentingan.

Malang, 2 Juni 2025

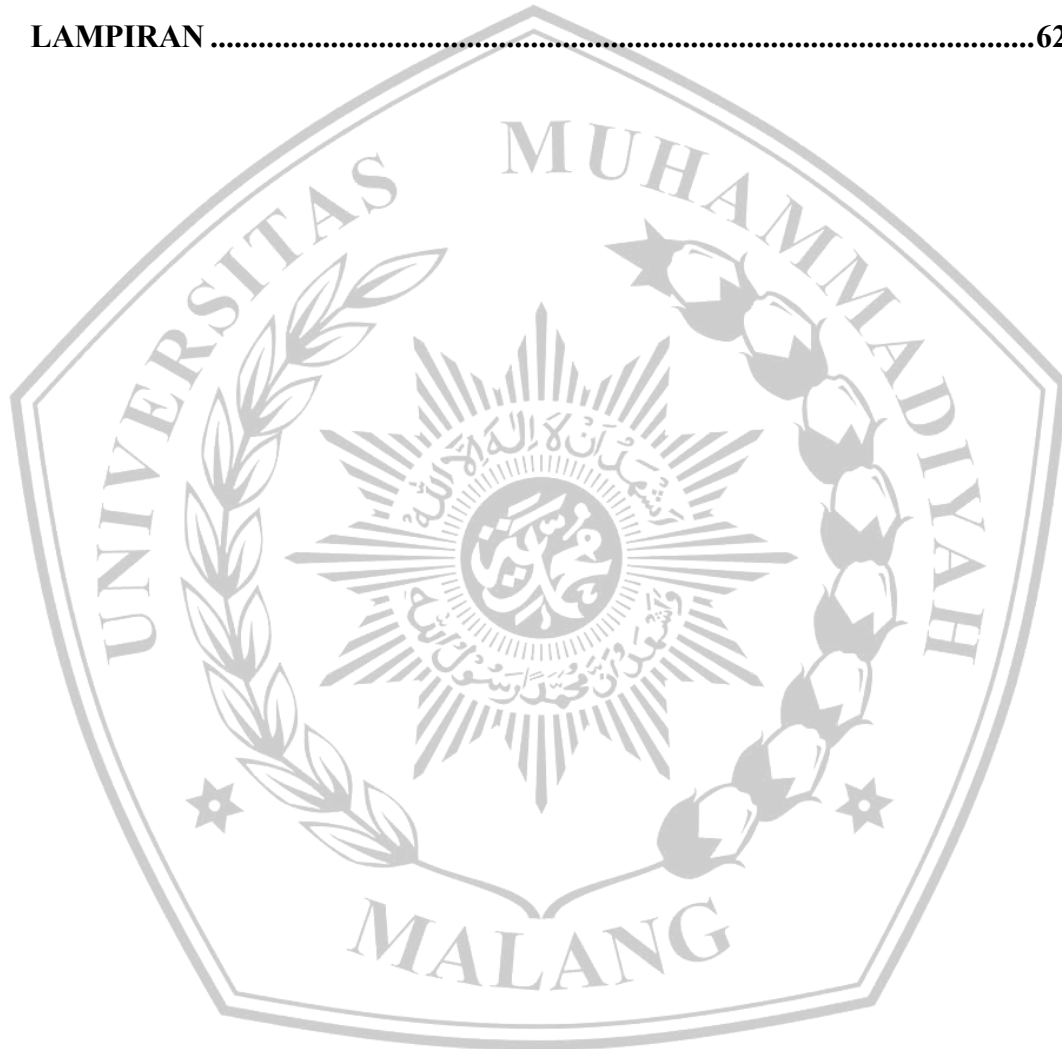


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT PERNYATAAN BEBAS KULIAH	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	viii
HASIL CEK PLAGIASI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	xi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Analisis Situasi	3
1.1.2 Identifikasi Masalah/Kebutuhan.....	5
1.1.3 Alasan dan Data Pendukung	7
1.1.4 Mengapa TA Karya Iklan Harus Dilakukan	8
1.2 Tujuan TA Karya Iklan	9
1.3 Manfaat TA Karya Iklan.....	11
1.3.1 Manfaat bagi keilmuaan.....	11
1.3.2 Manfaat bagi klien.....	11
1.3.3 Manfaat bagi Copywriter	12

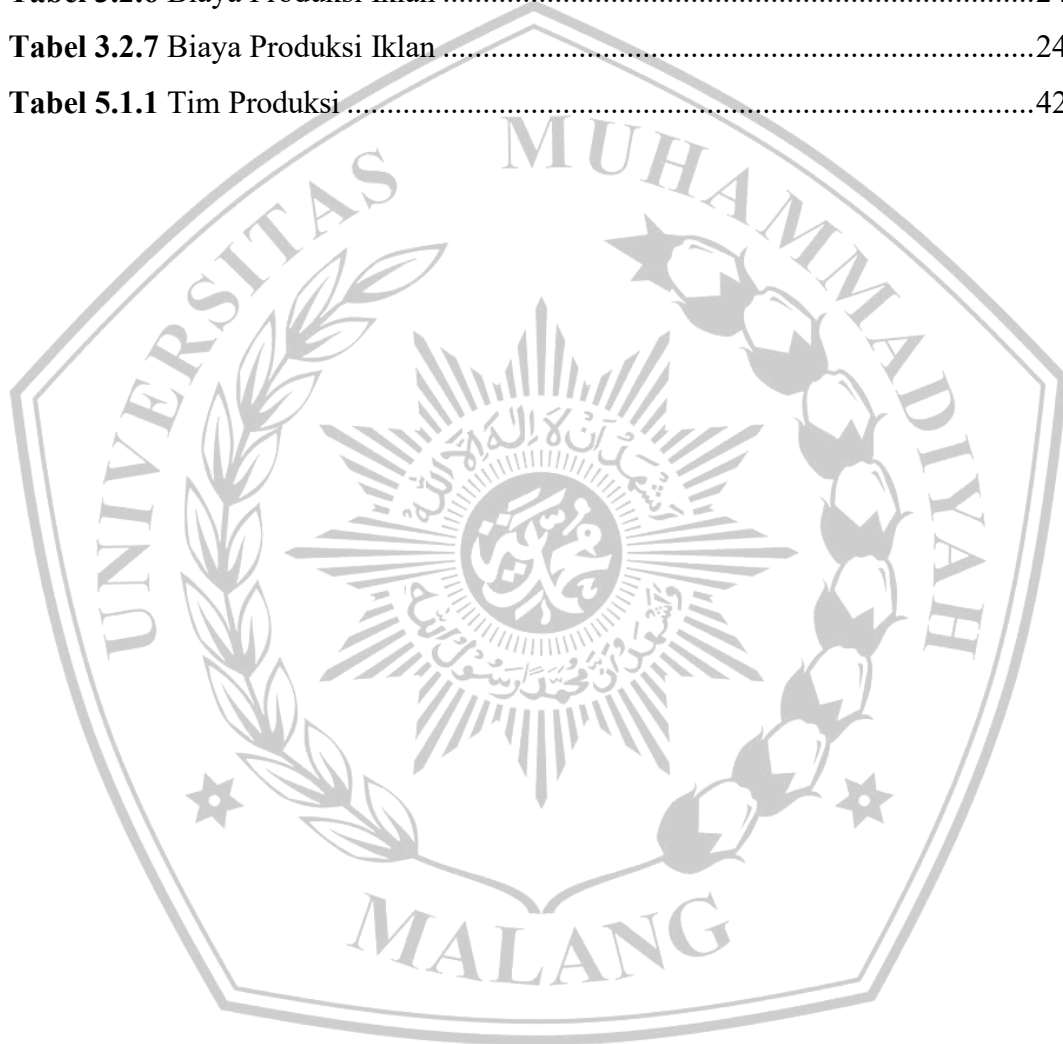
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Seputar TA	13
2.1.1 Profil Telogo Sewu.....	13
2.1.2 Iklan Komersial Terkait Tempat Wisata.....	14
2.1.3 Media Sosial sebagai Media Iklan Komersial	15
2.1.4 Peran Copywriting dalam iklan komersial.....	16
2.2 Review Karya Sejenis Video Iklan TVC Ancol 2024	16
2.2.1 Iklan TVC Ancol 2024.....	16
2.2.2 Video Iklan The Jungle Waterpark Bogor 2022	17
2.2.3 Video Iklan Atlantis Water Adventures Ancol 2018.....	18
BAB III METODE PELAKSANAAN TA	19
3.1 Rancangan Iklan.....	19
3.1.1 Deskripsi Iklan	19
3.1.2 Tujuan Iklan.....	19
3.1.3 Segmentasi.....	19
3.1.4 Profil Target Audience.....	20
3.1.5 Pesan Kunci (Key Message).....	20
3.1.6 Pemilihan Media.....	20
3.1.7 Tone Iklan.....	21
3.1.8 Mandatory	21
3.2 Rancangan Produksi.....	21
3.2.1 Timeline Produksi Produksi	21
3.2.2 Biaya Produksi	23
BAB IV DESKRIPSI PROGRAM PRODUKSI IKLAN	25
2.3 Profil Klien	25
BAB V IMPLEMENTASI PROGRAM PRODUKSI IKLAN	28
5.1 Tahapan Produksi.....	28
5.1.1 Pra - Produksi	28
5.1.2 Produksi.....	43
5.1.3 Pasca Produksi.....	44

5.2 Kendala dan Penyelesaian Masalah Produksi.....	48
5.3 Evaluasi Program.....	49
5.4 Analisis Pencapaian Program	49
BAB VI PENUTUP	58
6.1 Kesimpulan	58
6.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62



DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1 Timeline Pra Produksi	22
Tabel 3.2.2 Timeline Produksi.....	22
Tabel 3.2.3 Timeline Pasca Produksi	22
Tabel 3.2.4 Biaya Produksi Iklan	23
Tabel 3.2.5 Biaya Produksi Iklan	23
Tabel 3.2.6 Biaya Produksi Iklan	24
Tabel 3.2.7 Biaya Produksi Iklan	24
Tabel 5.1.1 Tim Produksi	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 1	Buku panduan wisata Telogo Sewu.....	26
Gambar 5.1.1	Screenshoot diskusi nama kelompok dan Logo.....	29
Gambar 5.1.2	Wawancara bersama Divisi Manajemen.....	30
Gambar 5.1.3	Wawancara bersama audiens.....	31
Gambar 5.1.4	Rekaman hasil wawancara.....	31
Gambar 5.1.5	Pertanyaan dan jawaban wawancara klien.....	32
Gambar 5.1.6	Data audiens.....	32
Gambar 5.1.7	Creative Brief.....	33
Gambar 5.1.8	Konsep Iklan.....	33
Gambar 5.1.9	Plan storyboard.....	34
Gambar 5.1.10	Validasi konsep iklan pada klien.....	34
Gambar 5.1.11	Skrip iklan fix.....	35
Gambar 5.1.12	Chat dengan klien dan talent.....	36
Gambar 5.1.13	Voice Over.....	36
Gambar 5.1.14	Diskusi latar tempat.....	37
Gambar 5.1.15	From Review Iklan.....	38
Gambar 5.1.16	Form Review Iklan.....	39
Gambar 5.1.17	Form Review iklan.....	40
Gambar 5.1.18	Niko Budi Anto sebagai Pak Joko.....	41
Gambar 5.1.19	Diva Alvita sebagai Ibu Wati.....	41
Gambar 5.1.20	Ignatius Dimas sebagai Tiyo.....	42
Gambar 5.1.21	Anisa Aulia Mujiono sebagai Voice Over.....	42
Gambar 5.1.22	Produksi hari ke-1.....	43
Gambar 5.1.23	Produksi hari ke-2.....	44
Gambar 5.1.24	Plan Skrip Voiceover.....	45
Gambar 5.1.25	Pemilihan Suara.....	45
Gambar 5.1.26	Proses editing dan rapat.....	46
Gambar 5.1.27	Publikasi Iklan.....	47
Gambar 5.1.28	Caption Iklan.....	48
Gambar 5.4.1	Perbandingan konten sebelumnya.....	50

Gambar 5.4.2 Insight Reels dan Komen	50
Gambar 5.4.3 Demografi, Usia, dan jenis kelamin.....	51
Gambar 5.4.4 Jumlah Responden	53
Gambar 5.4.5 Pernyataan Responden	54
Gambar 5.4.6 Pernyataan Responden	55
Gambar 5.4.7 Pernyataan Responden	56
Gambar 5.4.8 Pernyataan Responden	57



DAFTAR PUSTAKA

- Mukromin, Wiwik Laela. (2019). *Media Sebagai Lembaga Sosial dan Komersial*. Jurnal Al- Nashihah, Volume 3 No 2.
- Nandhita Ahsanul Hawa, Budi Harto, Panji Pramuditha. (2023). *Efektivitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur Reels Instagram*. KOMVERSAL: Jurnal Komunikasi Universal, Volume 5 Nomor 1, 40-51
- Utami N, Yulianti. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi*. Bandung Conference Series: Public Relations, 2(2).
- Rosalina, Lisa, Syukron Anshori, M. (2023). *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Volume 1, 113- 128
- Restu Windayani N, Retnoningtyas ARegina Novitasari Y, Shinta Prameswari I, Puspitasari. (2023). *Journal Beauty and Cosmetology (JBC)*, Volume 4, 7-11
- Masrukhi, Moh. (2016). *Iklan Komersial Media Cetak: Tinjauan Teks Dan Konteks Jurnal CMES*, Volume IX Nomor 2, 125-135
- NapoleonCat, “*Instagram users in Indonesia*”. Diakses November 2024 dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Orange HR solution. 2022. Diakses pada 14 November 2024 dari <https://www.myorangehr.com/news-events/apa-itu-iklan-dan-apa-manfaat-iklan>
- Ancol. 2024. Diakses pada tanggal 16 November 2024 dari <https://www.ancol.com/blog/rasakan-keajaiban-berpetualang-di-ancol-taman-impian/>
- Gramedia Blog. 2021. Diakses pada tanggal 16 November 2024 dari <https://www.gramedia.com/literasi/iklan-komersial/>
- Irwansyah. 2011. *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Puskombis Universitas Mercu Buana
- Witanti Prihatiningsih, *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Instagram*, *Jurnal Communication VIII*, Nomor 1, April 2017.
- Afifah, M. (2021). *Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan*
- Bigevo Blog. 2023. Diakses pada tanggal 8 Maret 2025

<https://bigevo.com/blog/detail/copywriting-adalah>

Putra, R. A. (2024). *Buku Praktis Copywriting: Panduan Mengkomunikasikan Selling, Marketing, dan Branding Melalui Tulisan*. Jakarta: PT Elex Media Kumputindo.

Mona, Nailul. dan Pramulia, Revva Rivald Fernanda. (2023). Peran Copywriter Dalam Memabangun Brand Awarness Sarimi Puas Di Instagram, *Jurnal sosial Humaniora Terapan*: Vol. 5: Iss 1, Article 7.

Muslikh, Madiyant. (2023). *Copywriting: Retorika Iklan Dan Storytelling Teori Dan Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Sleman .

Putri, R.,& Fauzi, R. (2025). Peran Copywriter dalam Pembuatan Kampanye Iklan “Jakarta 101”

Wisata Lokal Jakarta. *Jurnal Hukum, Adminitrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi*, 2(1).

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif, Metode Peneliti Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896- 2910.

Romdona, S.,& Senja S.,& Gunawan A. (2025). Teknik Pengumpulan Data : Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39-47.

Machmud, Muslimin. (2016). *Tuntunan Penulisan Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Selaras