

202110040311016
Ulul Albab Naza Hakim
Prodi Ilmu Komunikasi

**PERAN ART DIRECTOR DALAM PRODUKSI IKLAN
KOMERSIAL PT. BINTANG INDO JAYA SURABAYA
DENGAN PRODUK ROTIBOY**

TUGAS AKHIR KARYA STRATEGI DAN PRODUKSI IKLAN

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



Oleh :

Ulul Albab Naza Hakim 202110040311016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2026**

202110040311016
Ulul Albab Naza Hakim
Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN

PERAN ART DIRECTOR DALAM PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL PT.
BINTANG INDO JAYA SURABAYA DENGAN PRODUK ROTIBOY

Diajukan Oleh :

Ulul Albab Naza Hakim
202110040311016

Telah disetujui
Rabu / 1 April 2026

Pembimbing I



Jamroji, M.Comms.

Wakil Dekan I


Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ulul Albab Naza Hakim
202110040311016

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 1 April 2026

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.

()

Rahadi, M.Si.

()

Jamroji, M.Comms.

()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Doko Susilo, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Ulul Albab Naza Hakim
NIM : 202110040311016
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Peran Art Director dalam Produksi Iklan Komersial PT. Bintang Indo
Jaya Surabaya dengan Produk Rotiboy

Disetujui,
Pembimbing

(Jamroji, S.Sos., M.Comms)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styow Wibowo, M.Si



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

Kampus II
Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 219 (Hunting)
F: +62 341 459 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ulul Albab Naza Hakim
NIM : 202110040311016
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 Art Director dalam Produksi Iklan Komersial PT. Bintang Indo Jaya Surabaya dengan Produk Rotiboy

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, 25 Februari 2026

Yang Menyatakan,


Ulul Albab Naza Hakim



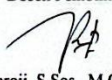



Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 233 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 148 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Toyomas No 246 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/2026/FISIP-UMM/	
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:	
	Nama	: Ulul Albab Naza Hakim
	No. Induk Mahasiswa	: 202110040311016
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
Judul Skripsi	: Peran Art Director dalam Produksi Iklan Komersial PT. Bintang Indo Jaya Surabaya dengan Produk Rotiboy	
<p>Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih</p>		
<p>Malang , 25 Februari 2026</p> <p>Dosen Pembimbing</p>  Jamroji, S.Sos., M.Comms		
	Kampus I Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 223 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutami No 158 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



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/2026/FISIP-UMM/

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

NAMA : Ulul Albab Naza Hakim
NIM : 202110040311016
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 10 (8+2) tahun akademik 2021 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 25 Februari 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, 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 Sutarni No 198 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000


Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 454 319 (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:*)

Oleh:


Nama : Ulul Albab Naza Hakim
NIM : 202110040311016


Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 25 Februari 2026

Pembimbing I/Promotor


Jamroji, S.Sos., M.Comms
NIP. 10302030373



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 252 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Beandungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 069	Kampus III Jl. Ryaas Togoman No 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@uam.ac.id
---	---	--

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : ulul Albab Naza Hakim

NIM : 202110040311016

Hasil Plagiasi : 28%

BAB I	B			
BAB II	1			
BAB III	0			

28/2

BAIB IV	2			
BAIB V	0			
BAIB VI	8			



PROGRAM STUDI Malang, 28 Februari 2020
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Ulul Albab Naza Hakim
2. NIM : 202110040311016
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Peran Art Director dalam Produksi Iklan Komersial PT. Bintang Indo Jaya Surabaya dengan Produk Rotiboy
6. Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
25/05/24	Kelas Bimbingan Pertama Seminar Proposal	
08/07/24	Konsultasi Bab I,II,III	
13/07/24	Seminar Proposal	
21/03/25	Ace Produksi Iklan Komersial Rotiboy	
10/11/25	Diskusi dan Konsultasi Bab IV	
01/12/25	Diskusi dan Konsultasi Bab V	
8/12/25	Diskusi dan Konsultasi Bab V ,VI	
10/12/25	Ace Seminar Hasil	
24/12/25	Seminar Hasil	

Malang, 27 Februari 2025

Dosen Pembimbing,

Jamroji, S.Sos., M.Comms




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


Kampus II
Jl. Bendulungan Sutami No 152 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

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


BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



UMMPASTI



STARS

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



Pada hari Rabu, 24 Desember 2025
Pukul 15.00 WIB
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Ulul Albab Naza Hakim
NIM	202110040311016
Kosentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Peran Art Director dalam Produksi Iklan Komersial PT. Bintang Indo Jaya Surabaya dengan Produk Rotiboy
Pembimbing	Jamroji, S.Sos., M.Comms
Dosen Penguji 1	Rahadi, M.Si


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

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 22 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ TIDAK LULUS

Malang, 27 Februari 2025

Dosen Pembimbing,	Dosen Penguji,
	
Jamroji, S.Sos., M.Comms	Rahadi, M.Si

Mengetahui,
Kaprod/Sekprodi Ilmu Komunikasi,



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si

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

Kampus II
Jl. Bembungan Sutani No 198 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Thyomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 218 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
 MUHAMMADIYAH
 MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Instansi
1	Lisa 'yiba Rodliyah	202210040311037	Universitas Muhammadiyah Malang
2	Muhammad Rafif Aditya Fernaldy	202010040311105	Universitas Muhammadiyah Malang
3	Shofin Alfiana Fadhilah	202110040311442	Universitas Muhammadiyah Malang
4	Ego Baaqir	202010040311463	Universitas Muhammadiyah Malang
5	Muhammad Sandya Prakusya	202110040311385	Universitas Muhammadiyah Malang
6	Muhammad Riza Fauzi	202210040311306	Universitas Muhammadiyah Malang
7	Fandi Wijaya Ardian R.	201210040311202	Universitas Muhammadiyah Malang
8	Valeent Roynald Subakti	202210140311074	universitas muhammadiyah malang
9	Muhammad Nasrullah Akbar	202210040311140	Universitas Muhammadiyah Malang
10	Siti Nur Arifah	202010230311538	Universitas Muhammadiyah Malang
11	Amelia Mutiarahma	202410060110015	Universitas Muhammadiyah Malang
12	Khresna Adzan Trianto	202110040311186	Universitas Muhammadiyah Malang
13	Hanindya Radtri Salsabila	202110040311370	Universitas Muhammadiyah Malang
14	Intan H. Namira	201910360311116	Universitas muhammadiyah malang
15	Bella Aulia	202110040311359	Universitas Muhammadiyah Malang
16	Laila Zacky Oktavia	202210040311287	Universitas Muhammadiyah Malang
17	Febriah Amala Qotrun Nada	202210040311287	Universitas Muhammadiyah Malang
18	Izza Avcarina Mutmainah	202110040311073	Universitas Muhammadiyah Malang
19	Fina Syafia	2110331002	Universitas Muhammadiyah Jember
20	Balqis Putri Hanani	21384022047	UIN Madura
21	Muhammad Fikry Hakim	202010040311067	Universitas Muhammadiyah Malang
22	Martha Farid Anjasmara	201910040311117	Universitas Muhammadiyah Malang



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

Kampus II
 Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
 P. +62 341 551 149 (Hunting)
 F. +62 341 582 050

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

ABSTRAK

ABSTRAK

Ulul Albab Naza Hakim, 202110040311016, Peran Art Director Dalam Produksi Iklan Komersial PT. Bintang Indo Jaya Surabaya Dengan Produk Rotiboy. Tugas Akhir Karya Strategi Dan Produksi Iklan, Universitas Muhammadiyah Malang.

Perancangan Iklan ini Mendeskripsikan peran Art Director dalam produksi iklan komersial PT. Bintang Indo Jaya Surabaya dengan produk Rotiboy. Permasalahan Pengkarya berfokus pada belum optimalnya konsep dan strategi komunikasi iklan sebelumnya dalam membangun makna Rotiboy sebagai bagian dari aktivitas keseharian masyarakat, meskipun memiliki tingkat brand awareness dan jangkauan media sosial yang tinggi. Tujuan Pengkarya ini adalah menghasilkan pesan visual yang komunikatif dan selaras dengan karakter merek melalui peran Art Director, sehingga dapat memperkuat kedekatan Rotiboy dengan masyarakat. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui analisis situasi, observasi, wawancara dengan pihak HRD Rotiboy, serta analisis performa media sosial. Hasil Perancangan Iklan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian Generasi Z dan Milenial dipengaruhi oleh aroma dan cita rasa produk, serta preferensi terhadap iklan berdurasi singkat dengan nuansa ceria. Produksi iklan yang dihasilkan dinilai efektif dalam memperkuat positioning Rotiboy sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, serta berhasil menerjemahkan brief klien ke dalam konsep visual dan naratif yang konsisten.

Kata Kunci : Art Director, Iklan Komersial, Strategi Komunikasi Visual, Positioning Merek, Media Sosial

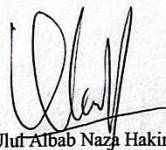
Malang, 12 Desember 2025

Dosen pendamping



Jamroji, S.Sos., M.Comms

Penulis



Ulul Albab Naza Hakim

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pengkarya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kesempatan yang diberikan, sehingga Pengkarya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Peran Art Director dalam Produksi Iklan Komersial PT. Bintang Indo Jaya dengan Produk Rotiboy” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi yang pengkarya tempuh.

Proses penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang singkat. Banyak tahapan yang harus dilalui, mulai dari proses pencarian ide, pengumpulan data, pelaksanaan produksi, hingga penyusunan laporan tugas akhir karya secara sistematis. Dalam setiap proses tersebut, Pengkarya menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan semangat dan arahan.

Dengan penuh rasa syukur, Pengkarya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi selama proses perjalanan Pengkarya hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih Pengkarya sampaikan kepada:

1. Orang tua tercinta, Yang selalu memberikan dukungan tanpa henti, baik melalui doa, semangat, maupun pengorbanan yang tidak pernah saya mampu balas sepenuhnya. Terima kasih atas kerja keras, kesabaran, serta kepercayaan yang selalu diberikan kepada saya dalam menjalani perkuliahan hingga mampu berada pada titik penyelesaian skripsi ini.
2. Keluarga, Yang senantiasa menjadi tempat saya kembali dan memperoleh kekuatan di setiap proses yang dilalui. Terima kasih atas kehangatan, dukungan, serta doa yang selalu menyertai perjalanan Pengkarya selama menempuh pendidikan.
3. Jamroji, S.Sos., M.Comms selaku dosen pembimbing, Yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing Pengkarya dengan penuh kesabaran hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Arahan,

kritik, dan saran yang diberikan menjadi pembelajaran berharga bagi Pengkarya, baik secara akademik maupun pribadi.

4. Rahadi, M.Si dan Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji, Pengkarya mengucapkan terima kasih atas waktu, perhatian, serta masukan dan saran yang diberikan selama proses sidang tugas akhir ini. Kritik dan arahan yang disampaikan sangat membantu penulis dalam menyempurnakan penelitian dan karya yang telah disusun sehingga menjadi lebih baik.
5. Pihak Rotiboy, khususnya Bapak Sugeng dan Bapak Dadang, yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta dukungan penuh selama proses produksi iklan berlangsung, sehingga Perancangan Skripsi dan karya ini dapat terlaksana dengan baik.
6. Kelompok Feeling Production, Acha dan Valda, yang telah menemani setiap lika-liku proses dari sebelum memulai skripsi hingga menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, serta dukungan yang membuat setiap tantangan semua hal dapat dilalui bersama.
7. Tim Produksi Rotiboy Sam baqir wong top semalang raya, Dinar wong nyeni, Akbar wong top, Dipu wong wongan, Sam Rapip, Sam Pikri, King Ariq, Sam Kelvin, King Aan, Nyonya Shinta, Nyonya maysaroh, Nyonya Berlian, Nyonya Nada, Nyonya Anisa, Yang telah memberikan kontribusi besar dalam kelancaran produksi iklan ini. Terima kasih atas kerja keras, bantuan, serta dukungan yang diberikan, meskipun dalam prosesnya masih terdapat berbagai kekurangan. Kebersamaan dan solidaritas tim menjadi pengalaman berharga bagi saya.
8. Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM), Yang menjadi pintu awal perjalanan Pengkarya dalam mengenal dunia perkuliahan secara lebih luas. Terima kasih telah menjadi ruang belajar, bertumbuh, serta bagian penting dalam perjalanan hidup Pengkarya selama masa studi.

9. Rucira Ditho, Zuley, Patur kacong, Faran, Andi, Bela, Dila, Adel, Yang telah menemani saya selama lebih dari satu tahun dalam proses produksi praktikum, hingga pada akhirnya tidak hanya menjadi rekan kerja dalam kegiatan akademik, tetapi juga menjadi teman di luar praktikum. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta pengalaman yang telah dilalui bersama selama proses tersebut.
10. Pemuda Nyeni Sam rapip, Sam Pikri, Ilham, Edgar, Patur, Faran, yang telah menemani saya dalam berbagai momen di luar perkuliahan, baik dalam perjalanan, berbagi cerita, bermain valorant, maupun kebersamaan sederhana yang menghadirkan tawa dan semangat baru bagi saya.
11. Ayu astari Seseorang yang mendampingi saya, yang dengan sabar memberikan dukungan, menemani di masa-masa sulit, serta tetap percaya dan menunggu saya menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih atas kehadiran, pengertian, dan dukungan yang selalu diberikan hingga Pengkarya dapat menyelesaikan studi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat Pengkarya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, maupun kontribusi dalam berbagai bentuk selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Saya mengucapkan terima kasih atas setiap kebaikan dan dukungan yang diberikan sehingga Pengkarya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan baik.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
HASIL CEK PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxvi
BAB 1.....	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1.1 Analisis Situasi.....	4
1.1.2 Identifikasi Masalah/Kebutuhan.....	8
1.1.3 Alasan dan Data Pendukung.....	10
1.2 Tujuan Karya Iklan.....	11

1.3	Manfaat Karya Iklan.....	12	
1.3.1	Bagi Keilmuan	12	
1.3.2	Bagi Klien (PT. Bintang Indo Jaya).....	12	
1.3.3	Bagi Art Director.....	13	
BAB II			
TINJAUAN PUSTAKA			14
2.1	Iklan Komersial	14	
2.2	Media Sosial Sebagai Medium Iklan Komersial.....	18	
2.3	Elemen Manajemen Produksi Iklan.....	20	
2.3.1	Art Director Dalam produksi Iklan	23	
2.4	Karya Iklan Sejenis Terdahulu.....	28	
BAB III METODE PELAKSANAAN TUGAS AKHIR			38
3.1	Review Iklan Terdahulu.....	38	
3.2	Riset Iklan.....	40	
3.2.1	Metode Riset	40	
3.2.2	Temuan Hasil Riset.....	43	
3.2.3	Segmentasi	53	
3.2.4	Empati Map.....	55	
3.3	Rancangan Iklan (Creative Brief).....	59	
3.3.1	Deskripsi Iklan	59	
3.3.2	Ide Konsep Cerita.....	60	
3.3.3	Pesan Kunci (Key Message)	65	
3.3.4	Pemilihan Media	66	
3.3.5	Mandatory	66	
3.4	Rancangan Art Director (Art Director Brief)	67	

3.4.1	Konsep Visual	67	
3.4.2	Pendekatan Visual Iklan.....	67	
3.4.3	Color Palette dan Identitas Visual Brand	68	
3.4.4	Mood dan Tone Iklan	69	
3.4.5	Pemilihan Property dan Wardrobe	70	
3.5	Rancangan Produksi	71	
3.5.1	Timeline Produksi	71	
3.5.2	Biaya Produksi	72	
BAB IV			
PROFILE KLIEN			80
4.1	Profil Perusahaan PT. Bintang Indo Jaya.....	80	
4.2	Produk Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	83	
4.3	Sistem Pemasaran dan Distribusi Produk RotiBoy oleh PT Bintang Indo Jaya 86		
4.4	Lokasi dan Fasilitas Outlet.....	87	
BAB V			
PERAN ART DIRECTOR DALAM PRODUKSI IKLAN KOMERSIAL PT. BINTANG INDO JAYA DENGAN PRODUK ROTIBOY			89
5.1	Tahapan Art Director dalam Produksi Iklan Komersial.....	89	
5.1.1	Tahap Pra-Produksi.....	89	
5.1.2	Tahap Produksi	110	
5.1.3	Tahap Pasca Produksi	113	
5.2	Kendala dan penyelesaian masalah produksi	115	
5.3	Evaluasi program.....	119	
5.4	Analisis pencapaian program	119	
5.4.1	Analisis Jangkauan & Interaksi Audiens	120	

5.4.2	Segmentasi Pencapaian Iklan terhadap Audiens.....	125	
5.4.3	Kuesioner Audiens	128	
BAB VI			
PENUTUP			138
6.1	Kesimpulan.....	138	
6.2	Saran	140	
DAFTAR PUSTAKA			142
DAFTAR LAMPIRAN.....			148
A.	Dokumen MoU	148	
B.	Fact Finding	148	
C.	Problem Statement	149	
D.	Metode Riset	150	
E.	Subjek/responden (Client, Kompetitor, Audiens).....	153	
F.	Teknik Analisis Data.....	157	
G.	Temuan Hasil Riset.....	157	
H.	Thumbnail Iklan	160	
I.	Dokumentasi Produksi	161	
J.	Dokumentasi Media Placement Iklan	165	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 merupakan tabel jumlah gerai PT. Bintang Indo Jaya	5
Tabel 2.1 merupakan Tabel dari karya iklan sejenis.....	37
Tabel 3.1 merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur Responden (X^1), Variabel dalam kegiatan apa responden biasanya membeli rotiboy (X^2) dengan Variabel Mengapa Responden membeli Rotiboy daripada produk lain (Y).	42
Tabel 3.2 merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Pendapatan Responden (X^1), Variabel Jenis Varian Rotiboy dengan Variabel (X^2) Dalam kegiatan apa responden biasanya membeli Rotiboy (Y).....	46
Tabel 3.3 merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur Responden (X^1), Variabel Pendapatan Responden (X^2) dengan Variabel Dalam kegiatan apa responden biasanya membeli Rotiboy (Y).....	47
Tabel 3.4 merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Nuansa Iklan(X^1), Variabel Jenis Musik Iklan (X^2) dengan Berapa Lama Durasi Iklan (Y).	48
Tabel 3.5 merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur (X^1), Variabel Nuansa Iklan (X^2) dengan Hal harus dihindari dalam iklan Komersial (Y).	49
Tabel 3.6 merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Domisili Responden (X^1), Variabel Pendapatan Responden (X^2) dengan Dimana responden pertama kali mengetahui Rotiboy (Y).....	50
Tabel 3.7 Penjelasan dari script yang telah dibuat.....	65
Tabel 3.8 Rincian biaya produksi iklan.....	79
Tabel 5.1 nama tim produksi yang menggarap iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	110
Tabel 5.2 Merupakan Tabel Silang 2 Variabel dari Variabel Umur (X) Dengan Variabel Saat mendengar “Rotiboy”, apa yang muncul di benak anda? (Y).....	129

Tabel 5.3 Merupakan Tabel Silang 2 Variabel dari Variabel Umur (X) Dengan Variabel Iklan menyampaikan makna secara jelas pada Iklan Rotiboy Versi "Peduli Kasih" "Dari Aku Buat Kamu" "Pesan Kasih Ibu yang Tak Terucap Peduli Kasih" (Y)	130
Tabel 5.4 Merupakan Tabel Silang 2 Variabel dari Variabel Umur (X) Dengan Variabel Tampilan Visual Iklan pada Iklan Rotiboy Versi "Peduli Kasih" "Dari Aku Buat Kamu" "Pesan Kasih Ibu yang Tak Terucap Peduli Kasih" (Y)	131
Tabel 5.5 Merupakan Tabel Silang 2 Variabel dari variabel umur (X) dengan variabel musik dan suara mendukung suasana pada Iklan Rotiboy Versi "Peduli Kasih" "Dari Aku Buat Kamu" "Pesan Kasih Ibu yang Tak Terucap Peduli Kasih" (Y)	131
Tabel 5.6 Merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur Responden (X^1), Variabel saat mendengar "rotiboy" apa yang kamu langsung muncul dibenak anda (X^2) dengan Variabel setelah menonton pada Iklan Rotiboy Versi "Peduli Kasih" "Dari Aku Buat Kamu" "Pesan Kasih Ibu yang Tak Terucap Peduli Kasih" (Y)	132
Tabel 5.7 Merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur Responden (X^1), Variabel Setelah menonton Iklan Rotiboy Versi "Peduli Kasih" "Dari Aku Buat Kamu" "Pesan Kasih Ibu yang Tak Terucap Peduli Kasih, apakah persepsi Anda tentang Rotiboy sebagai makanan untuk perjalanan berubah? (X^2) dengan Variabel Saya ingin membeli produk Rotiboy setelah menonton iklan tersebut(Y)	133
Tabel 5.8 Merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur Responden (X^1), Variabel Iklan Menyampaikan makna secara jelas (X^2) dengan Variabel Perbandingan Iklan Komersial Rotiboy (Y)	135
Tabel 5.9 Merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur Responden (X^1), Variabel Tampilan visual iklan menarik dan kreatif (X^2) dengan Variabel Perbandingan Iklan Komersial Rotiboy (Y)	136

Tabel 5.10 Merupakan Tabel Silang dari 3 Variabel. Variabel Umur Responden (X^1), Variabel Penggunaan musik dan suara mendukung suasana iklan (X^2) dengan Variabel Perbandingan Iklan Komersial Rotiboy (Y) 137



DAFTAR GAMBAR

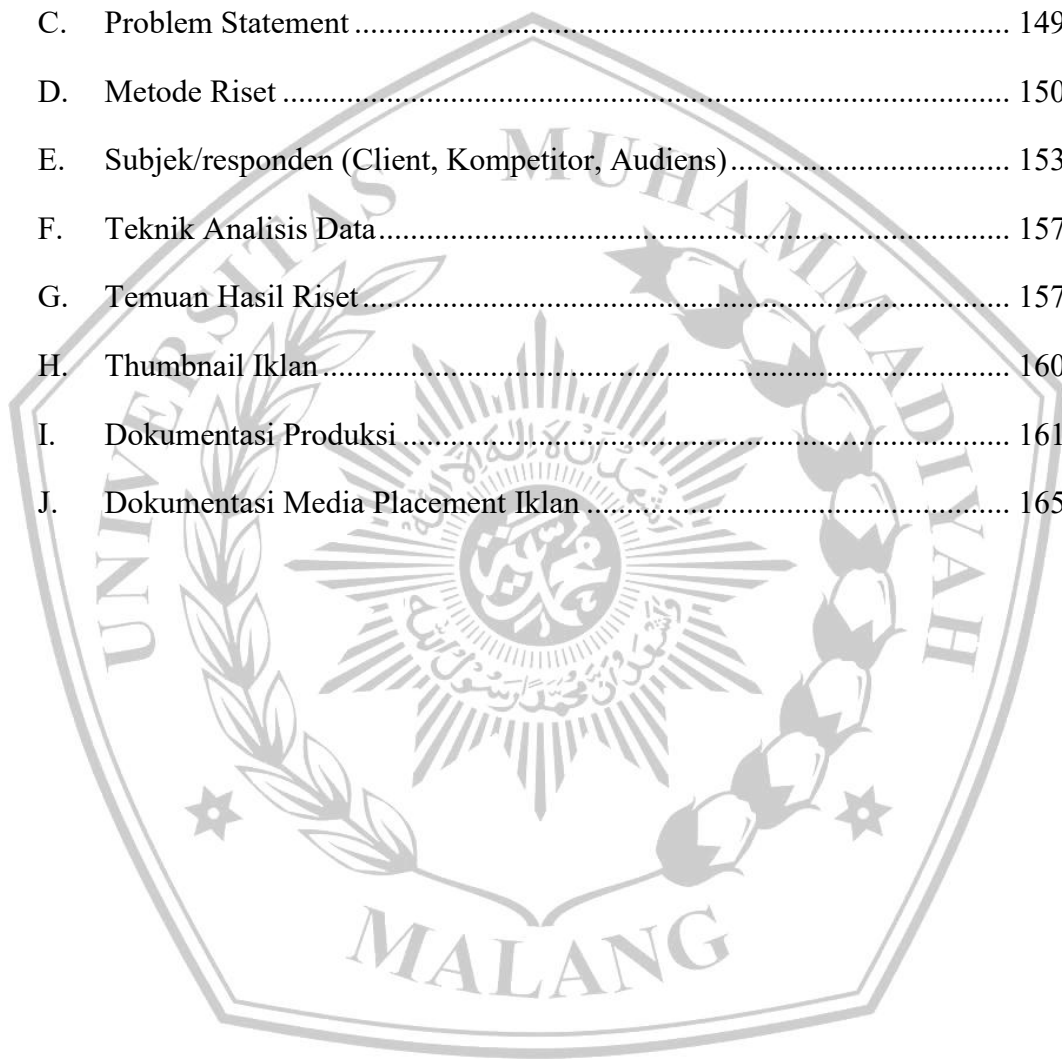
Gambar 3.1 merupakan screenshot dari iklan terdahulu yang telah diproduksi Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya	38
Gambar 3.2 merupakan iklan komersial yang sudah diproduksi rotiboy di tahun 2021 dan sudah upload di instagram Rotiboy	39
Gambar 3.3 Foto Wawancara dengan 2 narasumber PT. Bintang Indo Jaya.....	40
Gambar 3.4 Observasi Rotiboy di Tunjungan Plaza (TT)	41
Gambar 3.5 Tiktok Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	43
Gambar 3.6 merupakan Akun Tiktok Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	51
Gambar 3.7 Konten yang diproduksi PT. Bintang Indo jaya di Platform Tiktok .	52
Gambar 3.8 Merupakan Color palette dari brand rotiboy	69
Gambar 3.9 Rincian Timeline dalam Produksi Iklan Komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	72
Gambar 4.1 Merupakan Logo dari PT. Bintang Indo Jaya	80
Gambar 4.2 Outlet Rotiboy di Tunjungan Plaza Surabaya	81
Gambar 4.3 merupakan kantor sekaligus gudang dari PT. Bintang Indo Jaya	81
Gambar 4.4 Outlet Rotiboy di SPBU (PT. Pertamina Retail) Jl. Raya Jemursari, Surabaya.....	82
Gambar 4.5 Rotiboy Original.....	84
Gambar 4.6 Beberapa Varian Rotiboy	85
Gambar 4.7 Rotiboy yang masih menjadi adonan beku	85
Gambar 4.8 Rotiboy “fresh from the oven”	86
Gambar 4.9 Outlet Rotiboy Delta Plaza Surabaya.....	87
Gambar 4.10 Outlet Rotiboy yang ada di BG Junction Mall Surabaya	88
Gambar 5.1 Logo Feeling Production.....	90

Gambar 5.2 Moodboard dan referensi visual.....	91
Gambar 5.3 Storyboard Konsep 1.....	92
Gambar 5.4 Storyboard Konsep 2.....	93
Gambar 5.5 Storyboard Konsep 3.....	93
Gambar 5.6 Lokasi Syuting Konsep 1 rumah panti jompo.....	94
Gambar 5.7 Lokasi Syuting Konsep 2 di INS cafe.....	95
Gambar 5.8 Lokasi Syuting Konsep 3 di Villa Grand Park Dau 3.....	96
Gambar 5.9 Kru melakukan Recce.....	97
Gambar 5.10 Wardrobe & Property Konsep 1 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	98
Gambar 5.11 Wardrobe & Property Konsep 2 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	99
Gambar 5.12 Wardrobe & Property Konsep 3 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	100
Gambar 5.13 Photoboard Konsep 1 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	102
Gambar 5.14 Photoboard Konsep 2 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	102
Gambar 5.15 Photoboard Konsep 3 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya.....	103
Gambar 5.16 Floorplan Konsep 1 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya	104
Gambar 5.17 Floorplan Konsep 2 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya	104
Gambar 5.18 Floorplan Konsep 3 Iklan komersial Rotiboy PT. Bintang Indo Jaya	105
Gambar 5.19 behind the scene syuting saat penataan set.....	111

Gambar 5.20 behind the scene syuting saat make over talent.....	112
Gambar 5.21 behind the scene syuting saat mengawasi komposisi frame	112
.....	113
Gambar 5.22 behind the scene syuting saat berkoordinasi dengan lighting man	113
Gambar 5.23 art director mengawaaasi editor saat color grading	113
Gambar 5.24 thumbnail sosial media.....	114
Gambar 5.25 Presentasi hasil editing ke klien dan publikasi iklan.....	115
Gambar 5.26 Matrik Iklan Rotiboy “Peduli Kasih”.....	120
Gambar 5.27 Metrik Iklan Rotiboy “Dari Aku Buat Kamu”.....	121
Gambar 5.28 Metrik Iklan Rotiboy “Pesan Kasih Ibu yang Tak Terucap”	122
Gambar 5.29 Segmentasi audiens Iklan Rotiboy “Peduli Kasih”.....	125
Gambar 5.30 Segmentasi audiens Iklan Rotiboy “Dari Aku Buat Kamu”	126
Gambar 5.31 Segmentasi audiens Iklan Rotiboy “Pesan Kasih Ibu yang Tak Terucap”.....	127
Gambar 5.32 merupakan Contoh dari beberapa DM (Direct Message) kepada audiens yang kita lakukan untuk mengumpulkan data kuesioner.....	129

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN.....	148
A. Dokumen MoU	148
B. Fact Finding	148
C. Problem Statement	149
D. Metode Riset	150
E. Subjek/responden (Client, Kompetitor, Audiens).....	153
F. Teknik Analisis Data.....	157
G. Temuan Hasil Riset.....	157
H. Thumbnail Iklan.....	160
I. Dokumentasi Produksi	161
J. Dokumentasi Media Placement Iklan	165



DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, F., Rahayu, A. P., & Agustiningrum, H. (2017). Hierarki efek model pada tayangan iklan YouTube. *Jurnal Komunikasi*, Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/295613-hierarki-efek-model-pada-tayangan-iklan-f09fa244.pdf>
- Bayangkari, B., Mudra, I. W., Muka, I. K. P., & Pramana, I. M. B. (2025). Art directing of the film Rencana Besar on the Indonesian over the top platform. *European Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 2(2), 12–25. [https://doi.org/10.59324/ejahss.2025.2\(2\).02](https://doi.org/10.59324/ejahss.2025.2(2).02)
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Bimo, A. (2010). Pengertian art direction dan peranan seorang art director. *Humaniora*, 1(2), <https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2881>
- Bisnis.com. (2014, 28 Februari). RotiBoy akan tambah 10 outlet tahun ini. Diakses pada 15 Desember 2025 dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20140228/43/206879/rotiboy-akan-tambah-10-outlet-tahun-ini>
- Bisnis.com. (2014, 28 Februari). *RotiBoy akan tambah 10 outlet tahun ini*. Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20140228/43/206879/rotiboy-akan-tambah-10-outlet-tahun-ini>
- Fabiola, N. V. (2023). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen RotiBoy*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://eprints.ums.ac.id/107463/10/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://jurnal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075>

Febriana, K. A., & Widagdhaprasana, M. (2024). Peran art director dalam kampanye sosial “Suarakan Batik”: Diseminasi kebudayaan kain batik melalui Instagram. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Diakses dari <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/237459>

Febriani, A. K. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada RotiBoy Outlet Mall Paragon Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/37774/29804>

Febriani, A. K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada RotiBoy Outlet Mall Paragon Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 12 No. 2. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/37774/29804>

Fernandes, A. A., Bagus, W. S., Miswanto, M., Siregar, B., Biyanto, F., & da Silva, R. F. (2022). Pengaruh media sosial, iklan online, dan promosi terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Media Informatika*.

Fiantika, et al. (2022). Teknik pengumpulan data melalui observasi dalam penelitian kualitatif. *Journal of Social Science Research*. <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/AoSSaGCJ/article/download/1847/1571>

Gifari, F. A., & Purnamasari, O. (2023). Kreativitas iklan lewat TikTok dan pengaruhnya terhadap keputusan berinvestasi. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*.

Hadiwianto, A. P., Shiddieq, D. F., & Nurhayati, D. (2025). Analisis efektivitas video komersial dalam strategi pemasaran digital pada Sami Raos. *DJTechno: Jurnal Teknologi Informasi*. Diakses dari <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/djtechno/article/viewFile/6196/pdf>

<https://e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/quanta/article/view/1641>

- Kemal, M., & Pratama, R. (2019). Pengaruh visual iklan terhadap efektivitas pesan promosi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Diakses dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/komun/article/download/31245/128>
59
- Majalah Franchise. (2025, Juni 3). *Kiprah Roti 'O, brand lokal yang punya lebih dari 680 outlet di seluruh Indonesia*. Majalah Franchise. <https://majalahfranchise.com/kiprah-roti-o-brand-lokal-yang-punya-lebih-dari-680-outlet-di-seluruh-indonesia/>
- Masniyati. (2021). Manajemen produksi iklan pada production house Kawan Jalan Production. Skripsi. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Diakses dari <https://repository.uin-suska.ac.id/60454/2/SKRIPSI-MASNIYATI.pdf>
- McQuail, D. (2011). Teori komunikasi massa. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). Strategi periklanan dalam komunikasi pemasaran terpadu. *Jurnal Komunikasi Massa Indonesia*, Diakses dari <https://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/1101>
- Musliadi, M., Wahyudi, R. F., Muhlisi, M., & Wahyudi, W. (2021). Bahasa visual dalam iklan digital: Studi semiotika pada platform media sosial. *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). Penggunaan media sosial pada Generasi Z. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(2).
- Noer, C. S. (2019). Gambaran umum RotiBoy. Universitas Diponegoro. Diakses dari https://eprints.undip.ac.id/75985/4/BAB_II.pdf
- Nur'Aini, S., & Widyastuti, S. (2021). Analisis perilaku keuangan Generasi Z pada mahasiswa UPN Veteran Jakarta di masa pandemi. *Jurnal Riset Bisnis*.
- Nurjihan, P. K. (2024, 16 Juni). Munculnya budaya self-reward: Bagaimana Gen Z memuaskan diri sendiri. *Kompasiana*. Diakses pada 15 Desember 2025 dari

<https://www.kompasiana.com/putrikalycia0841/666e7bec34777c55ec122c3>

3

Primasari, I., & Arzhamalieva, H. S. (2023). Peran art director dalam iklan layanan masyarakat bersama KPU Kota Surakarta. *Noctis*, 2(1), 66–86. <https://doi.org/10.13057/noctis.v2i1.974>

Pujiyanto. (2013). Visualisasi Pesan dalam Iklan Komersial. *Jurnal ProMedia ISI Surakarta*. <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/promedia/article/view/92>

Puspitasari, N. (2019). Karakteristik Media Baru sebagai Medium Iklan Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Putri, D. A., & Widiastuti, T. (2024). Strategi tim kreatif visual dalam membangun brand equity produk di platform TikTok. *Jurnal Media Akademik*, Diakses dari <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/2940>

Putri, N., & Prasetyo, B. (2021). Efektivitas iklan Instagram terhadap minat beli konsumen ditinjau dari engagement rate. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 19(2), 156–168. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/340746>

Putri, V. K. A. (2015). Media sosial terintegrasi dalam komunikasi pemasaran brand. *Jurnal Komunikasi Massa Indonesia*, Diakses dari <https://scholarhub.ui.ac.id>

Republika Online. (2017, 11 Januari). RotiBoy buka outlet perdana di SPBU. Diakses pada 15 Desember 2025 dari <https://ameera.republika.co.id/berita/ojlsx3280>

Rissa Fenti Hanifah. (2025). *Laporan PKL: Profil PT Bintang Indo Jaya dan Produk RotiBoy*. Repository UPN Jawa Timur. Diakses dari: https://repository.upnjatim.ac.id/36787/2/BAB%201_Laporan%20PKL_Rissa%20Fenti%20Hanifah_2001330

ROTIBOY Buka Gerai Perdana di SPBU.” (2017, 11 Januari). Republika Online.
Diakses dari <https://ameera.republika.co.id/berita/ojlsx3280/rotiboy-buka-outlet-perdana-di-spbu>

Rotiboy. (n.d.). Official website Rotiboy. Diakses pada 15 Desember 2025 dari
<https://www.rotiboy.com/en/page/home>

Sari, D., & Nugroho, A. (2021). Kreativitas visual dalam iklan digital terhadap daya ingat audiens. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*.

Sari, R., & Nugraha, A. (2020). Pengaruh iklan digital terhadap minat beli konsumen dengan pendekatan model AIDA. *Jurnal Komunika*, 9(2), 85–94.

Setyawan, D. (2019). Peran desain komunikasi visual dalam produksi iklan media sosial. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*,

Stei Indonesia. (2017). Metode penelitian kualitatif deskriptif. *Syntax Literate Journal*.
<https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/download/11193/6583>

Susanti, Dinar Annisa; Yulianita. *The Study of Advertisement Quality of Message, Attractiveness, and Display Frequency Influence to Purchase Intention in Indonesia*. Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora

Sutisna. (2003). Komunikasi pemasaran terpadu. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.

Sutisna. (2003). Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU/article/view/32482>

Syifa Nur’Aini1, W. S. (2021). ANALISIS PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z PADA MAHASISWA UPN VETERAN JAKARTA DI MASA PANDEMI. *Jurnal Riset Bisnis*, hal 75.

Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi konten visual dan audiovisual media sosial lembaga sensor film. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55.

202110040311016
Ulul Albab Naza Hakim
Prodi Ilmu Komunikasi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. (2022). Profil PT Bintang Indo Jaya dan produk RotiBoy. Repository UPN Jatim.

Wibowo, F. (2018). Teknik produksi program televisi. Jakarta: Grasindo.

Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. QUANTA.

Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis peran media sosial dalam pembentukan pengetahuan politik masyarakat. Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 116–123.
<https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5286>

