

**Produksi Iklan Layanan Masyarakat Media Televisi untuk Pencegahan**

**Hoaks di Indonesia dalam Perspektif *Copywriting***

***Production of Television Media Public Service Advertisements for Prevention***

***of Hoaks in Indonesia in a Copywriting Perspective***

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**(NON SKRIPSI)**

Disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh**

**Rizki Putra Wicaksana**

**20140530178**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rizki Putra Wicaksana

Nomor Mahasiswa : 20140530178

Menyatakan bahwa non skripsi dengan judul: **“Produksi Iklan Layanan Masyarakat Media Televisi untuk Pencegahan Hoaks di Indonesia dalam Perspektif *Copywriting*”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Desember 2018

Rizki Putra Wicaksana

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur atas rahmat Allah SWT, kupersembahkan karya ini untuk :

1. Teruntuk Ibu tersayang, Siti Rahayu, yang tak pernah bosan mengirimkan doa, semangat, dan harapan kepada saya,
2. Teruntuk Bapak, Iwan Subekti, yang selalu mengirimkan doa,
3. Teruntuk Kakak tersayang, Syefira Salsabila, yang selalu mengirimkan doa, dan semangat untuk saya,
4. Teruntuk keluarga besar KBBI OAO, yang selalu memberikan semangat dan pengetahuan tentang dunia periklanan.

## **MOTTO**

“Musuh kami hanyalah rasa lelah”

**(KBBI OAO)**

“Don’t gain the world and lose your soul. Wisdom is better than silver and gold”

**(Bob Marley)**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr, wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan taufik-Nya penulis dapat menyelesaikan karya non skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW, yang telah memperjuangkan nilai serta agama yang luhur ini hingga sampai kepada kita semua.

Non Skripsi yang berjudul “Produksi Iklan Layanan Masyarakat Media Televisi untuk Pencegahan Hoaks di Indonesia dalam Perspektif *Copywriting*” ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan bagi pembaca.

Dalam pengerjaan non skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal, disini penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
2. Bapak Haryadi Arief Nuur, S.IP.,M.Sc. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, masukan dan kritikan yang membangun selama proses penyelesaian karya ini,
4. Bapak Zein Mufarrih M., S.IP, M.I.KOM selaku penguji I dan Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn, M.Sn selaku penguji II yang telah meluangkan waktu serta memberikan kritikan dan masukan selama proses ujian seminar proposal hingga ujian sidang skripsi,
5. Teman-teman AMATEUR yang senantiasa menghibur dikala kepenatan laporan non skripsi mulai menghantui,
6. Dan kepada basabasinema yang telah membantu dalam proses penciptaan produksi iklan layanan ini.

Akhirnya dengan segala keterbatasan, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam non skripsi ini. Oleh karena itu, kritikan saran, dan pengembangan karya sangat diperlukan dengan topik ini. penulis memohon maaf apabila banyak kesalahan dalam penulisan penelitian ini. dengan segala hormat penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr, wb.

Yogyakarta, Desember 2018

Rizki Putra Wicaksana

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Ide Penciptaan .....	6
C. Tujuan Karya.....	6
D. Manfaat Karya.....	6
1. Manfaat Akademis .....	6
2. Manfaat Praktis.....	7
a. Bagi <i>Target Audience</i> .....	7
b. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta .....	7
c. Bagi Mahasiswa .....	7
B. Tinjauan Karya .....	7
1. Kajian Sumber Penciptaan .....	7
2. Landasan Konsep .....	10
a. Iklan Layanan Masyarakat.....	10
b. Televisi <i>Comercial</i> (TVC).....	11
c. <i>Copywriting</i> .....	12
d. Pendekatan Pesan Iklan .....	14
e. Strategi Kreatif .....	16
f. Storyline.....	18
g. Storyboard.....	18
F. Metode Penciptaan Karya .....	18

1. Alur kerja biro iklan .....	18
2. Proses Produksi Iklan TVC .....	19
G. Pemilihan Media .....	21
1. Internet .....	22
a. Youtube .....	22
b. Instagram .....	22
c. Facebook .....	22
2. Hashtag .....	22
C. Perancangan Jadwal Kerja .....	24
D. Budgeting .....	25

## **BAB II Kajian Objek Penciptaan**

A. Objek Penciptaan .....	26
1. Hoaks .....	26
2. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).....	28
3. Ilmu Komunikasi UMY .....	30
B. Client Brief .....	32
1. What's the problem? .....	32
2. Who's the target audience? .....	32
a. Target Primer .....	32
b. Target Sekunder .....	33
3. Design Produksi TVC versi 1 .....	34
4. Design Produksi TVC versi 2 .....	37
5. Design Produksi TVC versi 3 .....	40

## **BAB III Proses Kreatif**

A. Alur Kerja.....	42
B. TVC.....	42
1. Konsep Kreatif TVC versi 1 .....	42
a. Insight .....	42
b. Copy .....	42
c. What to say .....	42
d. Target Audience .....	43
e. Konsep .....	43
f. Distribusi.....	44
2. Konsep Kreatif TVC versi 2.....	45



a. Insight.....	45
b. Copy.....	45
c. What to say.....	46
d. Target Audience.....	46
e. Konsep.....	46
f. Distribusi.....	47
3. Konsep Kreatif TVC versi 3.....	48
a. Insight.....	48
b. Copy.....	48
c. What to say.....	48
d. Target Audience.....	48
e. Konsep.....	49
f. Distribusi.....	50

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	8
Gambar 1.2.....	9
Gambar 1.3.....	9
Gambar 2.1.....	28
Gambar 2.2.....	29
Gambar 2.3.....	30
Gambar 2.4.....	31
Gambar 3.1.....	36
Gambar 3.2.....	39
Gambar 3.3.....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	19
Tabel 1.2.....	19
Tabel 2.1.....	24
Tabel 2.2.....	25