

**PENERAPAN STRUKTUR TIGA BABAK DALAM PENULISAN
NASKAH IKLAN KOMERSIAL PARFUM LAIF ESSENTIALS**

SKRIPSI SKEMA ARTIS AUDIO-VISUAL



Disusun oleh:

Zaveska Fathia Divania

NPM 20.96.2244

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024**

**PENERAPAN STRUKTUR TIGA BABAK DALAM PENULISAN
NASKAH IKLAN KOMERSIAL PARFUM LAIF ESSENTIALS**

SKRIPSI SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL

untuk memenuhi sebagian
persyaratan mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Zaveska Fathia Divania

NPM 20.96.2244

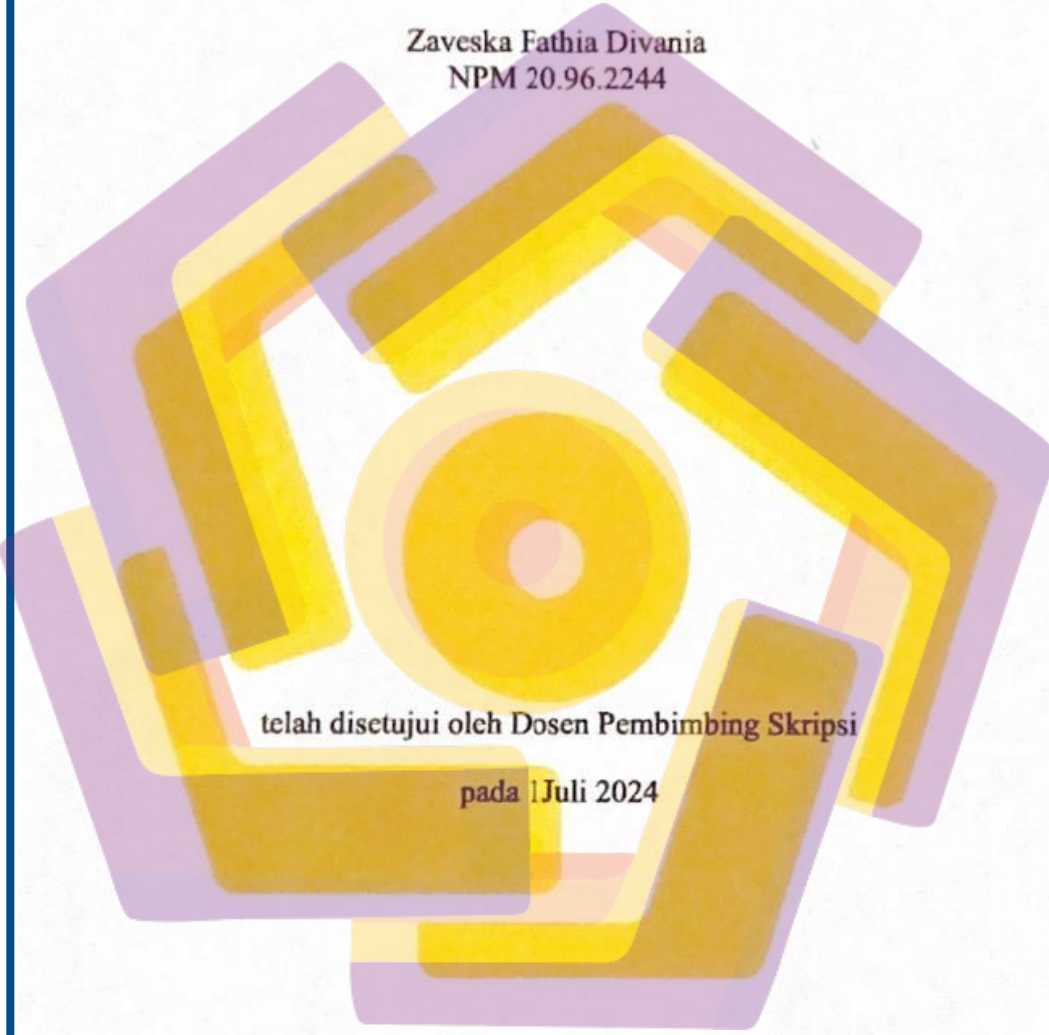
**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL**

**PENERAPAN STRUKTUR TIGA BABAK DALAM PENULISAN
NASKAH IKLAN KOMERSIAL PARFUM LAIF**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

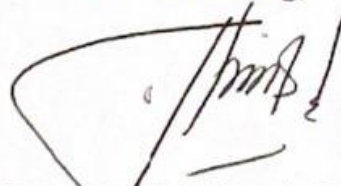
Zaveska Fathia Divania
NPM 20.96.2244



telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 1 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



Erfina Nurussaladah, S.Kom.I., M.I.Kom.
NIK. 190302361

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS AUDIO VISUAL**

**PENERAPAN STRUKTUR TIGA BABAK DALAM PENULISAN
NASKAH IKLAN KOMERSIAL PARFUM LAIF**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zaveska Fathia Divania
NPM 20.96.2244

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 26 Juni 2024

Nama Penguji

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A
NIK : 190302444

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK : 190302364

Erfina Nurussa`adah, M.I.Kom
NIK : 190302361

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(2 Juli 2024)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial
Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Zaveska Fathia Divania
NPM : 20.96.2244
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 3 Juni 2024


MILITER
TEMPEL
106CALX103087394
Zaveska Fathia Divania
NPM 20.96.2244

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

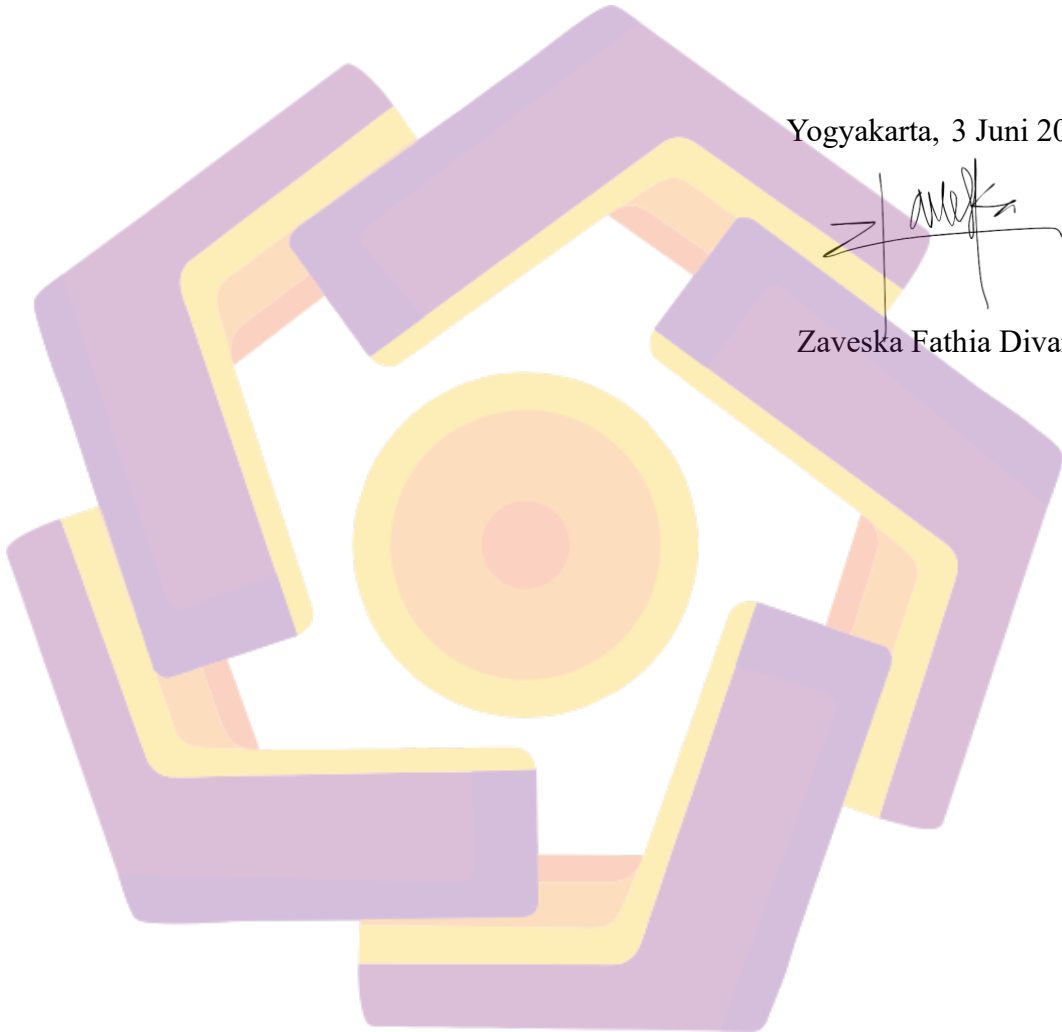
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. Selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Erfina Nurussa'adah, S.Kom.I., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Penulis
5. Ibu Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A dan Ibu Stara Asrita, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Penguji 1 & Penguji 2
6. Bapak Ahmad Ridwan Ali Syahbana, Selaku Owner Laif Essentials
7. Papap dan Mama, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan pengorbanan untuk penulis sehingga dapat menempuh pendidikan hingga perguruan tinggi.
8. Adik Ori, yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah serta memberikan semangat dan dukungan
9. Kaik dan Nini, yang selalu memberikan doa dan dukungan
10. Alm. Om Cheron dan keluarga besar lainnya, yang selalu memberikan dukungan dan semangat penulis

11. Grup BTS dan Seventeen, yang telah memberikan inspirasi penulis dalam pembuatan Tugas Akhir dan selalu memberikan semangat melalui karyanya
12. Rekan satu tim penulis dalam produksi iklan komersial, Jamus Izam Fakhri dan Nanda Aminurrahman Sani
13. Teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan tempat berkeluh kesah selama ini.

Yogyakarta, 3 Juni 2024



Zaveska Fathia Divania

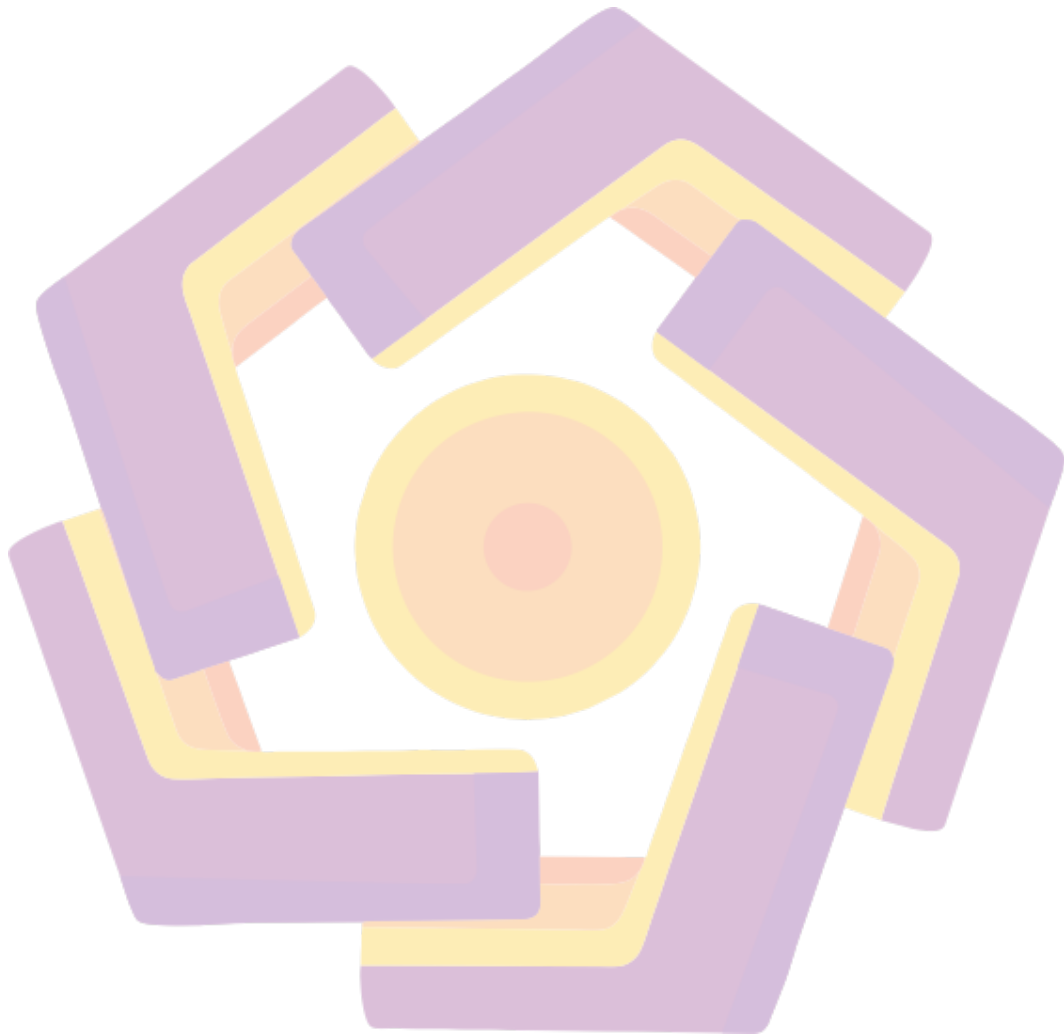


DAFTAR ISI

COVER.....	i
COVER.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Manfaat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Referensi Karya.....	7
2.2 Landasan Teori.....	8
1. <i>Branding</i>	8
2. Iklan Komersial.....	10
3. Naskah.....	10
4. <i>Self-love</i>	11
5. Peran <i>Scriptwriter</i>	12
BAB III RENCANA PERANCANGAN.....	14
3.1 Gambaran Rancangan Karya.....	14
3.2 Gambaran Isi Pesan Karya.....	16
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	17
4.1 Deskripsi Karya.....	17
4.2 Uraian Proses Karya.....	18
4.3 Perancangan Naskah Iklan.....	19
4.4 Kendala dan Pemecahan Masalah.....	25
BAB V PENUTUP.....	27
5.1 Kesimpulan.....	27
5.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA.....	29
LAMPIRAN SKEMA AUDIO VISUAL CONTENT CREATOR.....	31

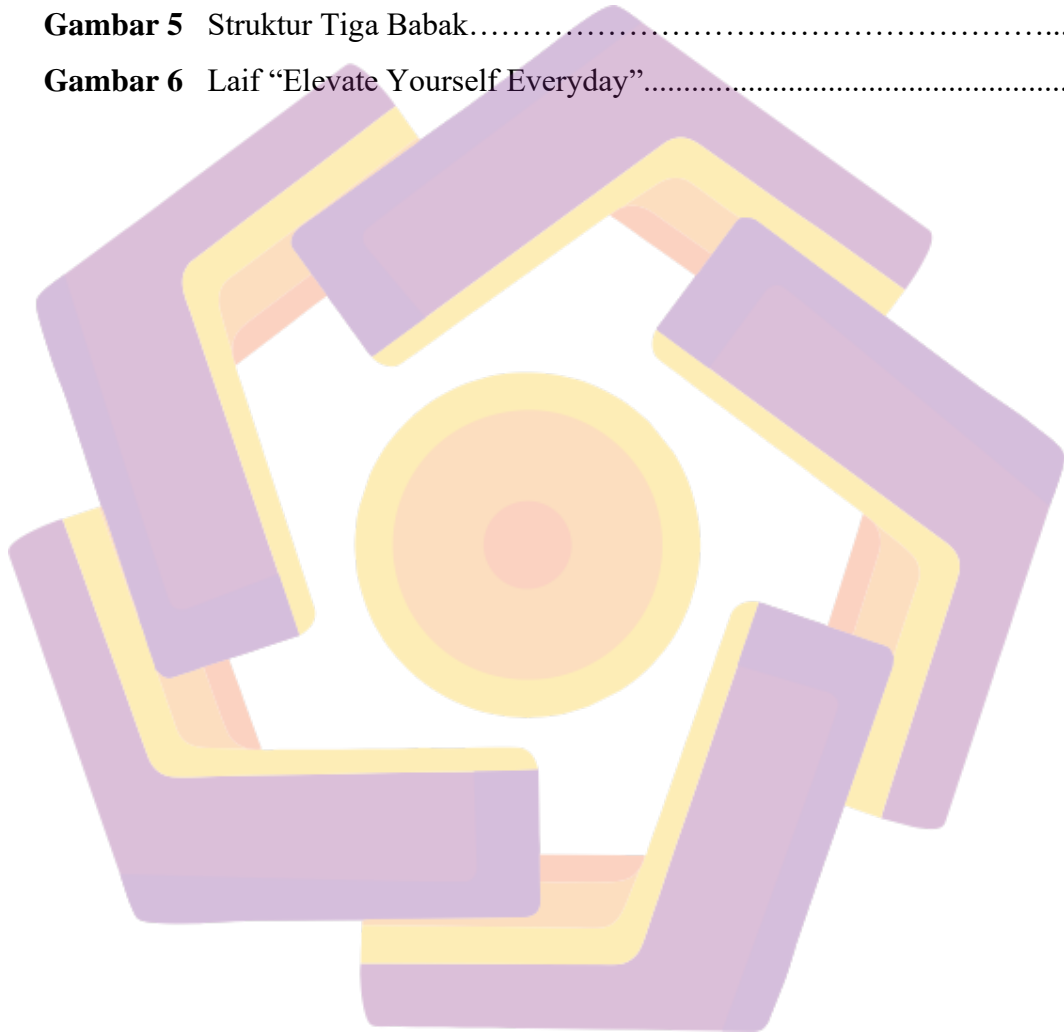
DAFTAR TABEL

Tabel 1	Struktur Tiga Babak Iklan Komersial Laif.....	21
----------------	---	----



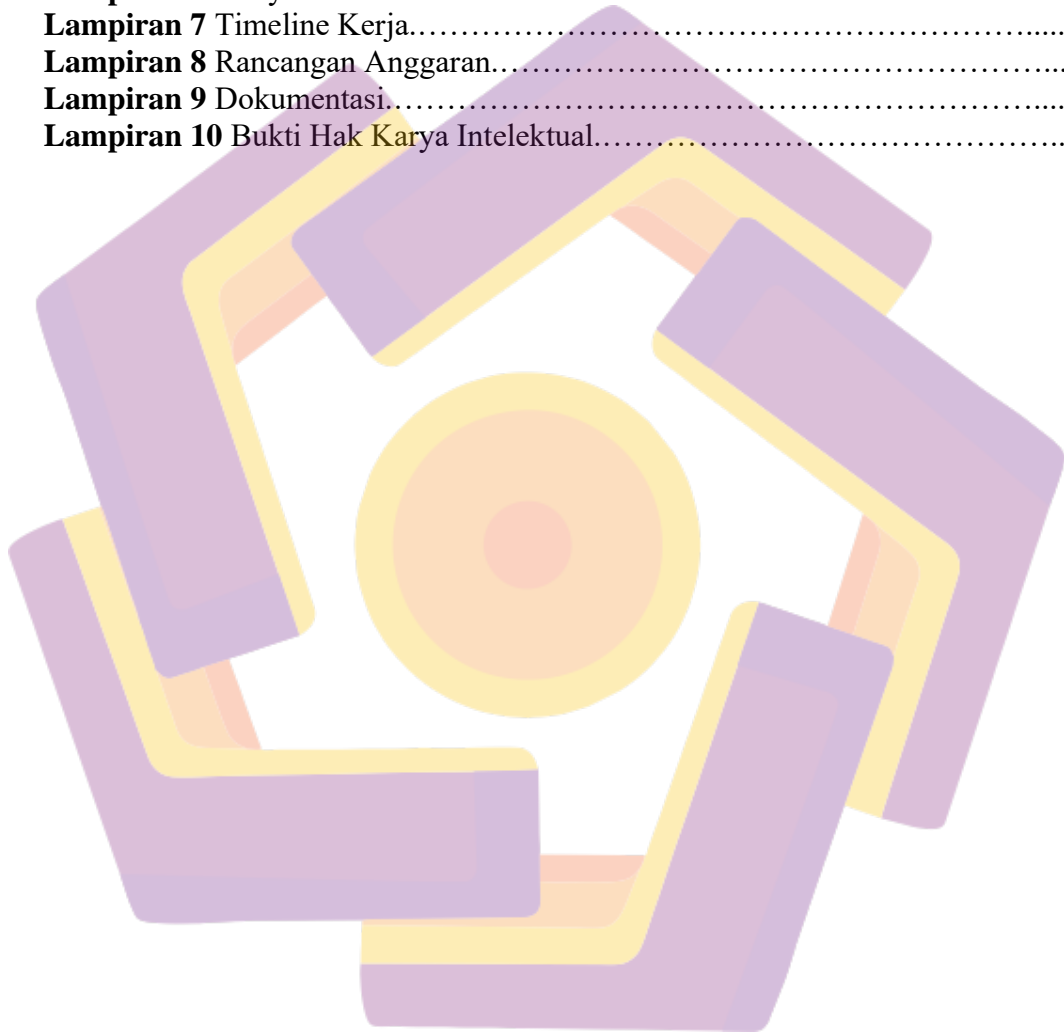
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pengguna Internet di Indonesia awal 2024.....	1
Gambar 2	Iklan Komersial coke.deal.....	6
Gambar 3	Lirik lagu Answer : Love Myself - BTS.....	7
Gambar 4	Iklan Komersial K2.....	8
Gambar 5	Struktur Tiga Babak.....	13
Gambar 6	Laif “Elevate Yourself Everyday”.....	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan Karya.....	32
Lampiran 2 Premis, Logline, Sinopsis.....	32
Lampiran 3 Naskah.....	33
Lampiran 4 Shooting Schedule.....	34
Lampiran 5 Shot List.....	38
Lampiran 6 Story Board.....	40
Lampiran 7 Timeline Kerja.....	41
Lampiran 8 Rancangan Anggaran.....	42
Lampiran 9 Dokumentasi.....	43
Lampiran 10 Bukti Hak Karya Intelektual.....	47



ABSTRAK

Perkembangan komunikasi beriringan dengan perkembangan teknologi seperti saat ini. Terhitung pada awal 2024 tingkat pengguna internet di Indonesia sebanyak 185,3 juta jiwa. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna aktif internet dengan pengguna sosial media sebanyak 139,0 juta jiwa. Platform Instagram yang banyak digemari, dimana sosial media ini untuk tempat berbagi foto dan video secara daring. Melihat dari fungsi Instagram, hal ini dinilai cocok untuk sebuah brand memperkenalkan usahanya dengan membuat iklan komersial melalui platform yang hampir dimiliki semua kalangan ini. Laif Essentials, atau bisa juga disebut “Laif”. Laif merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM asal Balikpapan, Kalimantan Timur yang menawarkan produk berupa parfum lokal dengan racikan sendiri. Melalui *tagline* Laif “*Elevate Your Everyday*” kami bertekad membuat anda merasa lebih baik, percaya diri, dan aman, karena kami percaya bahwa perubahan, termasuk perasaan cinta, dimulai dari cinta pada diri sendiri. Melihat permasalahan dari brand Laif, penulis dan tim akan membuat iklan yang berjudul “*Celebrate Yourself Everyday*” dengan konsep dasar ingin menyampaikan pesan dari brand Laif mengenai *self love* yang ingin disampaikan baik bagi penggunanya maupun calon pengguna Laif. Penulis yang berperan sebagai *scriptwriter* memiliki tanggung jawab untuk membuat jalannya cerita dengan menggunakan teori Aristoteles dengan menerapkan struktur tiga babak. Dimana pada pembuatan naskah ini dibagi menjadi 3 bagian cerita awal, tengah dan akhir. Pembuatan iklan dikemas secara singkat dan padat dengan menampilkan *visual* dan juga *audio* dalam bentuk VO (*voice over*) agar pesan dari iklan yang bertajuk *selflove* ini bisa dengan mudah tersampaikan kepada publik yang nantinya akan diunggah melalui Instagram @laif_id.

Kata Kunci: *Branding, Iklan Komersial, Laif, Script Writer, Self-love*

ABSTRACT

The development of communication goes hand in hand with current technological developments. As of early 2024, the level of internet users in Indonesia was 185.3 million people. Indonesia is a country with active internet users with 139.0 million social media users. The Instagram platform is much more popular, where this social media is a place to share photos and videos online. Looking at the function of Instagram, this is considered suitable for a brand to introduce its business by creating commercial advertisements through this platform which is owned by almost everyone. Laif Essentials or it can also be called "Laif". Laif is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) from Balikpapan, East Kalimantan which offers products in the form of local perfumes with their blends. Through Laif's tagline "Elevate Your Everyday" we are determined to make you feel better, more confident, and safe because we believe that change, including feelings of love, starts from loving yourself. Seeing the problems with the Laif brand, the writer and team will create an advertisement entitled "Celebrate Yourself Everyday" with the basic concept of conveying a message from the Laif brand regarding self-love which it wants to convey to both its users and potential Laif users. The writer who acts as a scriptwriter has the responsibility to create a story using Aristotle's theory by applying a three-act structure. Where in making this script it is divided into 3 parts of the story, beginning, middle, and end. The creation of the advertisement is packaged briefly and concisely by displaying visuals and audio in the form of VO (voice-over) so that the message of the advertisement entitled self-love can be easily conveyed to the public which will later be uploaded via Instagram @laif_id.

Keywords: Branding, Commercial Advertising, Laif, Script Writer, Self-love