SKRIPSI

SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

COPYWRITING IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" DALAM MENANGKAL UJARAN KEBENCIAN

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Oleh :

DEVHA SONATHA BUNGSU
19.96.1333

Dosen Pembimbing:
Andreas Tri Pamungkas, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

(2023)

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

COPYWRITING IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" DALAM MENANGKAL UJARAN KEBENCIAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Devha Sonatha Bungsu
19.96.1333

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 4 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Andreas Tri Pamungkas, M.A
NIK. 190302522

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

COPYWRITING IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" DALAM MENANGKAL UJARAN KEBENCIAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Devha Sonatha Bungsu
19.96.1333

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 4 Agustus 2023

Nama Penguji	**Tanda Tangan**
Andreas Tri Pamungkas, M.A NIK. 190302522	
Audith M. Turmudhi, Drs., MM NIK. 190302358	
Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom NIK. 190302485	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
4 Agustus 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

COPYWRITING IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" DALAM MENANGKAL UJARAN KEBENCIAN

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Devha Sonatha Bungsu
19.96.1333

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Andreas Tri Pamungkas, M.A
(NIK. 190302522)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom	**Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng**
NIK. 190302125	**NIK. 190302107**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	: Devha Sonatha Bungsu
NIM	: 19.96.1333
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ekonomi & Sosial
Universitas	: Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertangunggjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 2 Agustus, 2023

Yang Memberikan Pernyataan

Devha Sonatha Bungsu

NIM. 19.96.1333

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulilah atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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 kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogykarta)Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Andreas Tri Pamungkas, M.A (Pembimbing)
4. Kepada kedua Orang Tua saya, Bapak Abdul Manan Siar dan Ibu Sri Rahayu yang selalu mendoakan, membimbing, dan memberikan yang terbaik dalam mendukung pembuatan tugas akhir dan penyusunan skripsi.
5. Kepada teman-teman Eagle Production yang selalu menyempatkan waktu untuk berkumpul dan saling memberi semangat serta informasi mengenai perkuliahan.
6. Dan lain-lain

Yogyakarta, 2 Agustus 2023

Devha Sonatha Bungsu

DAFTAR ISI

COVER i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iv
LEMBAR PERNYATAAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
ABSTRAK xi
ABSTRACT xii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penciptaan 3
1.4 Manfaat Penciptaan 4
BAB II 4
TINJAUAN PUSTAKA 4
2.1 Karya Referensi 4
2.2 Landasan Teori Karya 8
2.2.1 Kebebasan Berpendapat dan Ujaran Kebencian 8
2.2.2 Iklan Layanan Masyarakat 9
2.2.3 Perancangan Naskah Iklan 12
2.2.4 Formula *Copywriting* model AIDA 15
BAB III 18
RENCANA PERANCANGAN 18
3.1 Gambaran Rancangan Karya 18
3.1.1 Judul konten dan Kategori konten kreator (audio visual) 18
3.1.2 Format Konten 18
3.1.3 Format Media 18
3.1.4 Volume Konten 19
3.1.5 Target Audiens 19
3.1.6 Periode Publikasi Konten 20

3.2 Gambaran Isi Pesan Karya 20
BAB IV 21
ULASAN KARYA DAN PERAN MAHASISWA DALAM PRODUKSI 21
4.1. Deskripsi Karya 21
4.2. Uraian Proses Produksi 22
4.3. Perancangan Naskah Iklan 23
4.4. Formula *Copywriting* Model AIDA 29
4.5. Kendala dan Pemecahan Masalah 33
BAB V 35
PENUTUP 35
5.1. Kesimpulan 35
5.2. Saran 36
DAFTAR PUSTAKA 37
LAMPIRAN 41

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Struktur Tiga Babak ILM "Bijak Bermedia" 25
Table 4.2 Desire dalam ILM "Bijak Bermedia"..... 32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Video Iklan Layanan Masyarakat. “HOAX” Iklan Layanan masyarakat "Penggunaan Media Sosial dengan Bijak Terkait Penyebaran Hoax". 4
Gambar 2.2 Video Iklan Layanan Masyarakat “KENALI DAN WASPADAI TBC PADA ANAK (IKLAN LAYANAN MASYARAKAT)” 6
Gambar 2.3 Iklan Produk Ada Apa Dengan Cinta 2 #AdaAQUA 7
Gambar 4.1 Thumbnail ILM “Bijak Bermedia” 29
Gambar 4.2 Naskah ILM “Bijak Bermedia”..... 30
Gambar 4.3 Adegan ILM “Bijak Bermedia” 31
Gambar 4.4 Adegan Teks ILM “Bijak Bermedia”..... 33

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi di media sosial. Kemajuan teknologi ini memberikan manfaat bagi masyarakat untuk memenuhi hak asasinya dalam kebebasan berpendapat. Disisi lain, penggunaan media sosial juga memiliki dampak negatif dalam mengekspresikan dirinya seperti melakukan ujaran kebencian, Kasus ujaran kebencian merupakan hal yang harus ditangani, oleh karena itu pemerintah mengadakan program sebagai upaya pencegahan. Salah satu langkah dalam mendukung program tersebut adalah membuat informasi yang bersifat edukatif, salah satunya adalah iklan layanan masyarakat. Tugas penulis naskah adalah mengembangkan ide dan isi cerita. Selain tugas tersebut penulis naskah harus dituntut dapat memahami teknik *copywriting* supaya konten menjadi menarik. Teknik *copywriting* yang digunakan adalah AIDA, terdiri dari *attention, interest, desire,* dan *action.* Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan AIDA dalam iklan layanan masyarakat "Bijak Bermedia". Hasil penelitian ini menunjukan bahwa penggunaan teknik AIDA dalam iklan layanan masyarakat "Bijak Bermedia" tidak sepenuhnya bisa dikatakan efektif. Tahap *attention* seharusnya dapat lebih dimaksimalkan agar tidak mempengaruhi langkah selanjutnya. Penelitian ini juga menunjukan bahwa pengembangan cerita dalam iklan melalui proses pencarian ide, pengendapan, dan *treatment.*

Kata kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Ujaran kebencian, Penulis Naskah, *Copywriting*, AIDA

ABSTRACT

The rapid development of technology makes it easier for people to access information on social media. This technological advancement provides benefits for the community to fulfill their human rights to freedom of expression. On the other hand, the use of social media also has a negative impact on self-expression, such as making hate speech. Cases of hate speech are something that must be handled, therefore the government has implemented a program as a prevention effort. One step in supporting the program is to produce educational information, one of which is a public service advertisement. The script writer's job is to develop the idea and content of the story. In addition to these tasks, scriptwriters must be required to be able to understand copywriting techniques so that the content becomes interesting. The copywriting technique used is AIDA, consisting of attention, interest, desire, and action. The purpose of this study was to determine the application of AIDA in the public service advertisement "Bijak Bermedia". The results of this study indicate that the use of AIDA techniques in public service advertisements "Bijak Bermedia" cannot be said to be completely effective. The attention stage should be maximized so as not to affect the next steps. This study also shows that the development of stories in advertisements goes through the process of finding ideas, depositing, and treating.

Keywords : Public Service Advertisements, Hate Speech, Scriptwriting, Copywriting, AIDA.