

**PENERAPAN *VOICE OVER* DALAM IKLAN PROMOSI SUPLEMEN
PENURUN BERAT BADAN DENGAN AI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh:

Windra Fitransyah
20.96.1918

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PENERAPAN *VOICE OVER* DALAM IKLAN PROMOSI SUPLEMEN
PENURUN BERAT BADAN DENGAN AI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

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



Disusun oleh:

Windra Fitransyah
20.96.1918

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PENERAPAN *VOICE OVER* DALAM IKLAN PROMOSI SUPLEMEN
PENURUN BERAT BADAN DENGAN AI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Windra Fitransyah
20.96.1918

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 31 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 190302485

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PENERAPAN *VOICE OVER* DALAM IKLAN PROMOSI SUPLEMEN
PENURUN BERAT BADAN DENGAN AI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Windra Fitransyah
20.96.1918

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 31 Juli 2025

Nama Penguji

Tanda Tangan

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom.,
M.I.Kom.
NIK. 190302437

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

Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 190302485

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(31 Juli 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini 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, Juli 2025




Windra Fitransyah
NIM. 20.96.1918

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya 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 Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom (Pembimbing)
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Sundrawan dan Ibu Widarti, yang selalu memberikan dukungan moral, doa yang tiada henti, kasih sayang, dan semangat yang tak ternilai sepanjang proses ini. Tanpa mereka, saya tidak akan mampu sampai di titik ini.
6. Keluarga besar, yang selalu memberikan dukungan dan doa, serta menjadi sumber kekuatan di saat saya merasa lelah dan kehilangan arah.

7. Seseorang yang setia menemani dengan penuh kesabaran, memberikan semangat, serta menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan tawa selama proses ini berlangsung, telah menjadi sumber ketenangan dan inspirasi yang sangat berarti. Terima kasih atas kehadirannya.

8. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang selalu siap membantu, memberi motivasi, dan menemani dalam suka maupun duka. Kebersamaan dan canda tawa kalian sangat berarti dalam perjalanan ini.

9. Seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta semua sumber pustaka yang menjadi landasan dan referensi dalam penulisan karya ini.

Semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal yang berlipat ganda dan mendapat balasan yang setimpal. Akhir kata, semoga karya ini dapat bermanfaat dan menjadi sumbangsih yang berharga bagi siapa pun yang membacanya.

Yogyakarta, Juli 2025



Windra Fitriansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya	1
1.2 Manfaat Penciptaan Karya	4
1.2.1 Manfaat Akademis	4
1.2.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Referensi Karya Sebelumnya	6
2.2 Landasan Teori/ Konsep.....	8

2.2.1 Voice Over.....	8
2.2.2 Strategi Promosi.....	9
2.2.3 Iklan	10
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA.....	12
3.1 Riset dalam Pra Produksi	12
3.2 Deskripsi Karya.....	13
3.3 Durasi Karya.....	13
3.4 Isi Pesan Karya	14
3.5 Target Audiens	15
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA	19
4.1 Penyampaian Informasi Melalui <i>Voice Over</i>	19
4.2 Penyampaian Informasi Melalui <i>Footage</i>	19
4.3 Proses Kerja Artificial Intelligence (AI)	20
4.3.1 <i>Artificial Intelligence</i> (AI)	20
4.3.2 ChatGPT	20
4.3.3 ElevenLabs.....	22
4.3.4 CapCut	24
BAB V PENUTUP.....	26
5.1 Kesimpulan.....	26
5.2 Saran	27

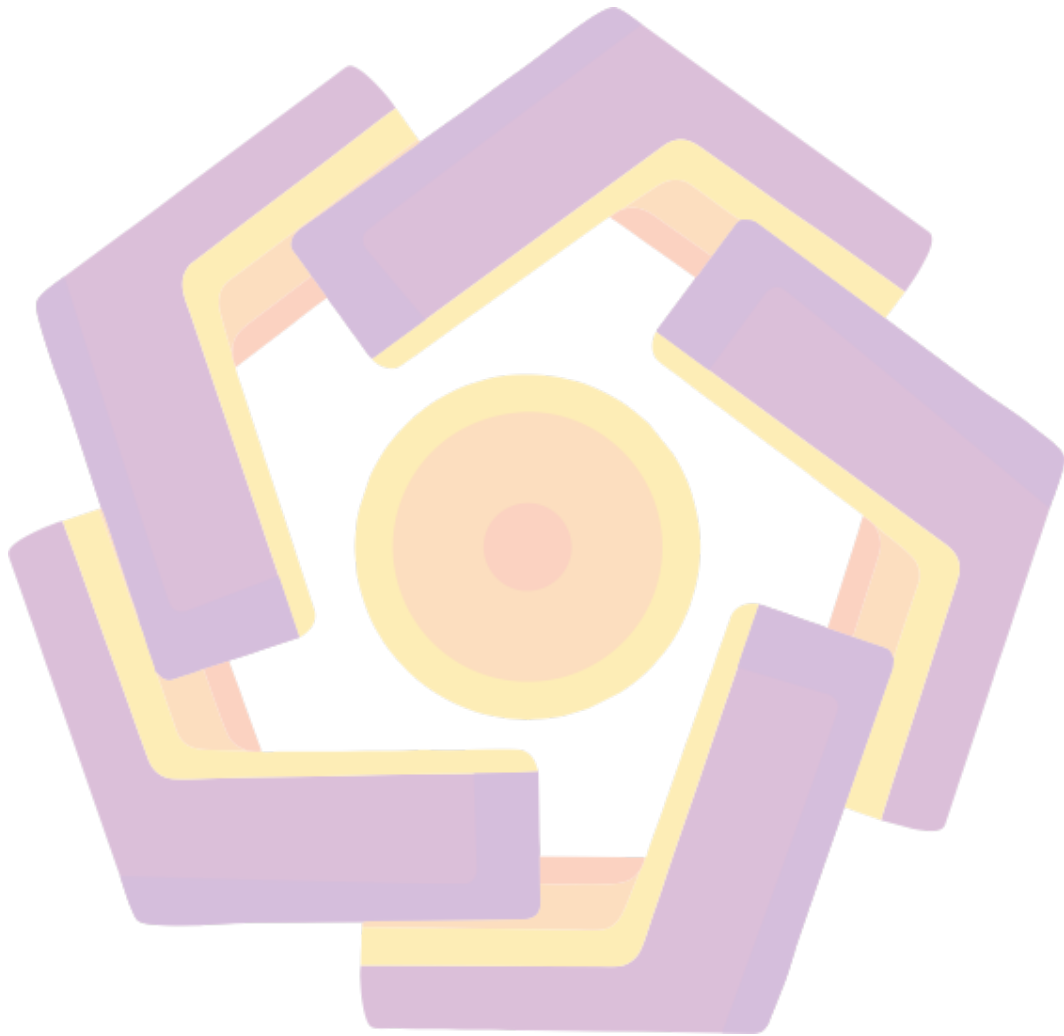
DAFTAR PUSTAKA.....	29
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	30
----------------------	-----------



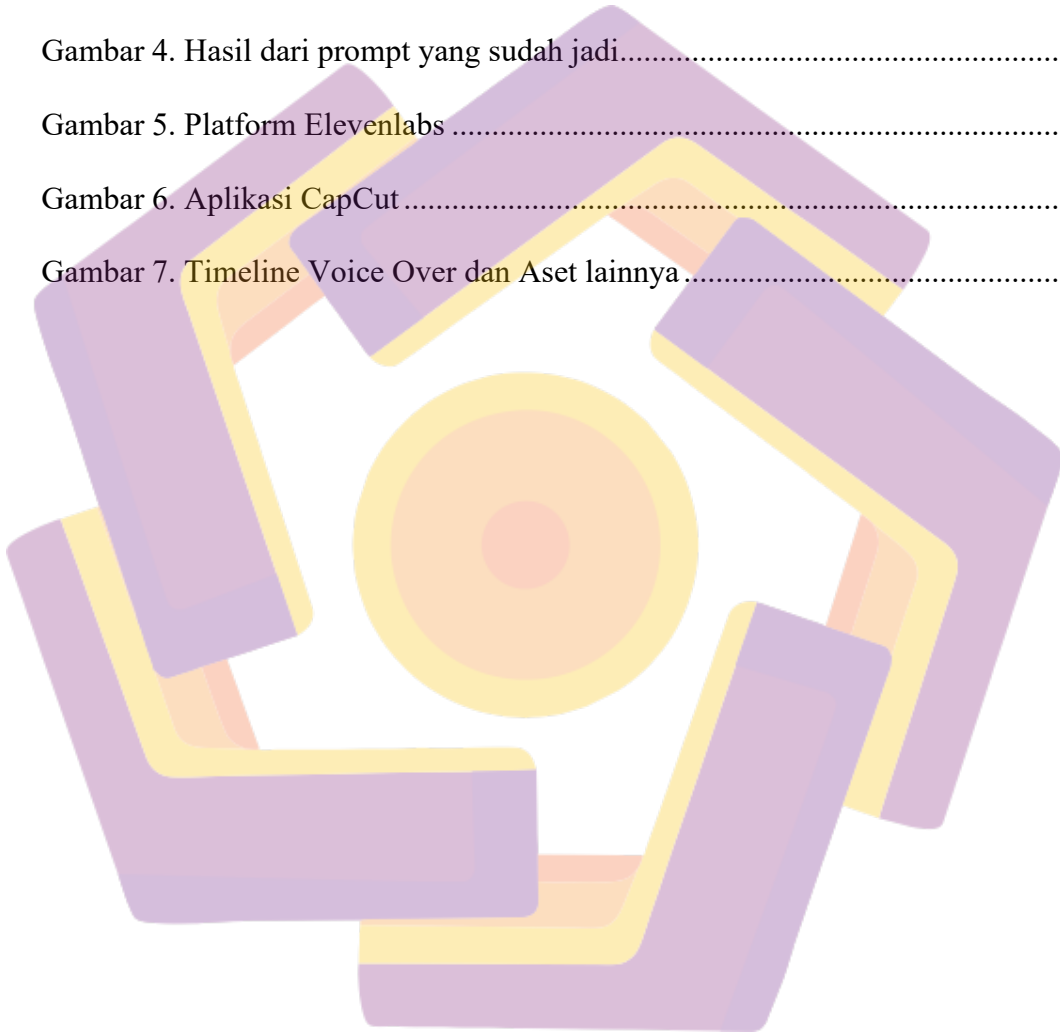
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	15
---	----



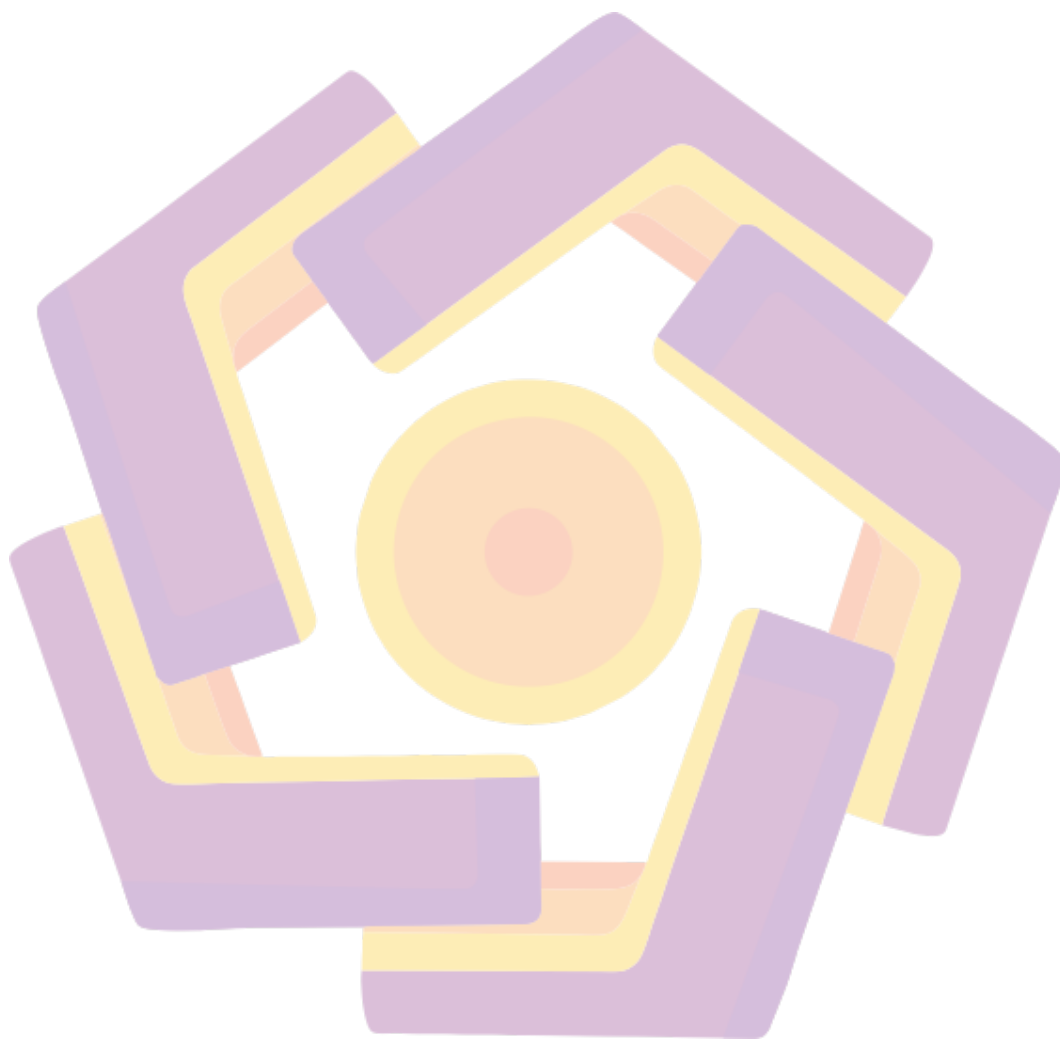
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Iklan astaguna coffe.2	6
Gambar 2. Iklan Happy Series Scarlett	7
Gambar 3. Prompt yang dimasukan ke ChatGPT	21
Gambar 4. Hasil dari prompt yang sudah jadi.....	22
Gambar 5. Platform Elevenlabs	23
Gambar 6. Aplikasi CapCut	24
Gambar 7. Timeline Voice Over dan Aset lainnya.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar 1 Sertifikat BNSP	30
Lampiran 2. Lembar 2 Sertifikat BNSP	31



ABSTRACT

This thesis discusses the use of Artificial Intelligence (AI) in the production process of weight loss supplement promotional advertisements, with a focus on the application of voice over as the main communication element. This work is motivated by the need for creative industries for efficient and adaptive production solutions to the development of digital technology. In this work, voice over not only functions as a complement to visual narratives, but also as a medium for conveying persuasive, informative, and educational messages.

The creation method used is based on creative practice, by integrating Communication Accommodation theory as a conceptual basis. The ChatGPT platform is used to compose voice over scripts that are communicative and in accordance with the target audience's language style. Meanwhile, ElevenLabs is used to convert scripts into high-quality audio that resembles human voices, and CapCut is used as an editing medium to combine visual elements, sound, and effects.

The final results show that the use of AI in the advertising production process can speed up work time, reduce production costs, and improve the quality of message delivery. However, several obstacles were found, such as limited emotional expression in AI voices and dependence on a stable internet network. This work shows that the integration of AI technology with the right communication strategy can produce more effective and attractive digital advertisements.

Keywords: *Voice over, Artificial Intelligence, Digital Advertising, Audio Visual Production*

ABSTRAK

Skripsi ini membahas pemanfaatan kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses produksi iklan promosi suplemen penurun berat badan, dengan fokus pada penerapan *voice over* sebagai elemen komunikasi utama. Karya ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan industri kreatif terhadap solusi produksi yang efisien dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Dalam karya ini, *voice over* tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap narasi visual, tetapi juga sebagai media penyampai pesan yang bersifat persuasif, informatif, dan edukatif.

Metode penciptaan yang digunakan berbasis praktik kreatif, dengan mengintegrasikan teori Akomodasi Komunikasi sebagai landasan konseptual. Platform ChatGPT dimanfaatkan untuk menyusun naskah *voice over* yang komunikatif dan sesuai dengan gaya bahasa target audiens. Sementara itu, ElevenLabs digunakan untuk mengubah naskah menjadi audio berkualitas tinggi yang menyerupai suara manusia, dan CapCut digunakan sebagai media editing untuk menggabungkan elemen visual, suara, dan efek.

Hasil akhir menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam proses produksi iklan dapat mempercepat waktu kerja, menekan biaya produksi, dan meningkatkan kualitas penyampaian pesan. Namun demikian, beberapa kendala ditemukan, seperti keterbatasan ekspresi emosional dalam suara AI dan ketergantungan pada jaringan internet yang stabil. Karya ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi AI dengan strategi komunikasi yang tepat dapat menghasilkan iklan digital yang lebih efektif dan menarik.

Kata Kunci : *Voice over, Artificial Intelligence, Iklan Digital, Produksi Audio Visual*