

**IKLAN PRODUK DOLAN KAYU DENGAN TEMA
RAMAH LINGKUNGAN
TUGAS AKHIR KARYA**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata 1
(S-1) Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain



Rizqi Novitasari

NIM. 17151103

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN INSTITUT SENI
INDONESIA SURAKARTA**

2024

ABSTRAK

Pemilihan mainan anak masih banyak yang memakai mainan yang berbahan dasar plastik. Padahal, hal ini justru mencemari lingkungan karena bahan plastik tidak dapat terurai dengan baik dan berbahaya. Maka dari itu, sudah saatnya orang tua beralih dengan menggunakan mainan yang berbahan dasar organik atau kayu seperti produk mainan anak dari Dolan Kayu. Penelitian ini bertujuan untuk merancang iklan produk Dolan Kayu dengan tema ramah lingkungan dan distribusinya agar dapat mencapai target *audience*. Observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi digunakan untuk pengumpulan data. Metode analisis SWOT, metode AISAS, dan Villamil-Molina digunakan dalam membuat rancangan iklan produk Dolan Kayu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan Dolan Kayu menggunakan metode perancangan iklan Villamil-molina, di mana perancangan ini bekerja lebih baik karena menggunakan perencanaan yang rinci, menguasai teknologi multimedia yang baik, dan penguasaan manajemen produksi yang baik. Selanjutnya dalam tahapan pengiriman hasil iklan akan diuji oleh klien yakni owner dari Dolan Kayu itu sendiri.

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN INSTITUT SENI

Kata Kunci: Iklan, Produk Dolan Kayu, Ramah Lingkungan

2024

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO IKLAN PRODUK DOLAN KAYU DENGAN TEMA	v
KATA PENGANTAR RAMAH LINGKUNGAN	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR..... TUGAS AKHIR KARYA	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I..... Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S-1) Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain	1
A. Latar Belakang	1
B. Gagasan Penciptaan.....	8
C. Tujuan Penciptaan.....	8
D. Manfaat Penciptaan.....	9
E. Tinjauan Sumber Penciptaan.....	9
1. Definisi Iklan	17
2. Jenis-jenis iklan.....	18
3. <i>Green Marketing</i> dan <i>Green Advertising</i>	20
4. Prinsip Videografi.....	26
5. Strategi Iklan.....	28
G. Metode Perancangan	29
1. Metode Pengumpulan Data.....	30
2. Metode Analisis SWOT.....	31
3. Strategi Pendekatan AISAS	32
4. Metode Perancangan Iklan.....	33
H. Sistematika Perancangan.....	35
I. Sistematika Penulisan	35
BAB II.....	37
A. Observasi.....	37
B. Hasil Wawancara Tentang Dolan Kayu.....	38
C. Pengaruh Bermain pada Anak Usia Dini	48
D. Mainan Kayu untuk Melatih Motorik Anak.....	51
E. Mainan Anak Berbahan Plastik.....	54

F. Produk Mainan Anak dari Kayu	60
G. <i>Buyer Persona</i>	68
H. Hasil Analisis SWOT.....	69
BAB III	73
A. Proses	73
1. <i>Creative Brief</i>	73
2. <i>Development</i>	78
3. <i>Preproduction</i>	81
B. Produksi	105
1. Pengambilan Gambar / <i>Shooting</i>	105
3. <i>Perekaman Suara</i>	117
4. Pemilihan Musik Latar.....	118
BAB IV	119
A. Paska-produksi.....	119
1. <i>Editing video</i>	119
2. <i>Mastering dan rendering</i>	120
B. Delivery.....	121
BAB V	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	123
LAMPIRAN.....	125
1. Dua alternatif sinopsis iklan Dolan Kayu:	125
1. Dua alternatif naskah iklan Dolan Kayu :.....	128
2. Naskah final :.....	134
3. Storyboard.....	138
4. Rancangan Biaya Produksi.....	141
DAFTAR PUSTAKA	143

DAFTAR PUSTAKA

- Akhsani, A. (2018). Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Masyarakat Peduli Sampah. 262–273.
- Alatas, S. S. (2020). Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Aplikasi. 4(2).
- Anna Monica Chandra, Godham Eko Saputro, U. R. (2005). Perancangan Iklan Komersial “Wisma Mira” Semarang. 1–15.
- Ardini, P. P., & Lestarinigrum, A. (2018). Bermain & Permainan Anak Usia Dini. (p. 3).
- Binanto, I. (2015). Tinjauan Metode Pengembangan Perangkat Lunak Multimedia Yang Sesuai Untuk Mahasiswa Tugas Akhir. Seminar Nasional Rekayasa Komputer Dan Aplikasinya, 978–602.
- Dostál, J. (2015). Traditional toy and its significance to a child. Turkish Online Journal of Educational Technology, 717–716.
- Eda Yazgın. (2021). Toys and Creativity. Journal for the Education of Gifted Young Scientists, 9(3), 215–222. <https://doi.org/10.17478/jegys.884337>
- Fajri, M., & Nasrullah, A. (n.d.). Film Pendek Bergenre Thriller Menggunakan Metode Villamil-Molina. 1–12.
- Gross, M. (2014). Fitur Lautan sampah plastik. 93–96. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2015.01.038>
- Hanafiah, H., & Prasetya, R. (2022). Ekobis abdimas. Implementasi Pemasaran Digital Kedai Kopi Om Bewok Dalam Mem-Branding Kopi Lokal Robusta Asli Banten, 3, 40–45.
- Kotaro Sugiyama, T. A. (2011). The Dentsu Way.
- Luh Made Pradnyani Rahayu, Yusri Abdillah, M. K. M. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). 43(1), 121–131.
- Madar, A., Boscior, D., Baltescu, C.-A., & Neacsu, N.-A. (2012). Wooden Versus Plastic Toys. Annals of the Constantin Brancusi, University of Targu Jiu Economy Series, 4, 162–166.
- Masturoh, L. M. (2016). Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Green Bag Di Carrefour Kota Malang. 4.
- Muhammad Hasbi, W. N., Maryana, Muhammad Ngasmawi, A. A., Mangunwibawa, Nia Nurhasanah, M. W., & Murtiningsih. (2020). Bermain Bermakna Di Rumah.
- Muhammad Jaiz, S.Sos., M. P. (2013). Dasar-Dasar Periklanan.
- Muhdhar, M. H. I. Al, Sumberartha, I. W., , Zainudin Bin Hasan, M., Rahmansyah, S., Tamalene, M. N., Bahtiar, & Grace Faradia. (2020). Komposisi Jenis Sampah Makroplastik di Laut Pulau Ternate, Indonesia. <https://doi.org/10.22587/aeb.2020.14.8.4>
- Naomi Dongoran, Ma'mun Sarma, dan B. S. (2015). Strategi Pemasaran Produk Mainan Anak-Anak dari Limbah Kayu PT Safira Tumbuh Berkembang. 1.
- Ngurah, I. G., & Marutama, T. (2019). Pemanfaatan Kolase Dengan Media Kertas Dan Plastik Bekas Dalam Karya Monoprint. 11(1), 70–75.
- Panindias, A. N., Ekowati, E., & Hapsari, P. S. (2017). Upaya Peningkatan

- Penghasilan Umkm Ape Paud Di Jawa Tengah Melalui Pengembangan Desain Produk Berbasis Budaya Dan Media Promosi Yang Efektif.
- Pratiwi, W. (2007). Konsep Bermain Pada Anak Usia Dini. *Konsep Bermain Pada Anak Usia Dini*, 5(2).
- R. Mochammad Rayhan Renoansi. (2020). Perancangan Video Promosi Aksesoris Berbahan.
- Ramadhan, W. (2018). Dampak Pencemaran Air Laut Akibat Sampah Plastik Di Indonesia. *Jurnal Universitas Muhammadiyah*, May, 1–13.
- Saputro, Antonius, M. P. K. (2018). Perancangan Dan Pembuatan Iklan Televisi Pada Vast Store Yogyakarta Sebagai Media Informasi Dan Promosi. 1(2).
- Seung-Hee Yang, M.-H. L. (2010). A Study on the Relations between Wooden Toy and Development of Infant and Young Children. *Journal of the Korea Furniture Society*, 21(3), 261–272.
- Sugandini, D. (2020). Perilaku Konsumen Pro-Lingkungan. April.
- Sulaiman, A. M. (2014). Kajian Strategi Komunikasi Visual Iklan Minuman Energi Produksi P.T. Sido Muncul (Studi Kasus Iklan Kuku Bima Ener-G Versi Wisata Pada Tayangan Televisi Tahun 2011-2013).
- Sutini, A. (2018). Meningkatkan Keterampilan Motorik Anak Usia Dini Melalui Permainan Tradisional. *Cakrawala Dini: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 67–77. <https://doi.org/10.17509/cd.v4i2.10386>
- Wolok, T. (2019). Green Marketing : Pemasaran dan Pembelian. Athra Aamudra.
- Yar Johan, Person Pesona Renta, D. P., & Ali Muqsit, P. H. (2019). Jenis dan Bobot Sampah Laut (Marine Debris) Pantai Panjang Kota Bengkulu. 1–19.

Rizqi Novitasari

NIM. 17151103

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN INSTITUT SENI

INDONESIA SURAKARTA

2024