

**PERANCANGAN KAMPANYE “LIVE BEGIN AT 40 PLUS”
PASTA GIGI ENZIM 40 PLUS PADA TAHUN 2020**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi

oleh

Ainayya Trifani

NIM. 1741003



**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
2020**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul Tugas Akhir ini adalah “Menua Bersama Enzim 40 Plus”

penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat khususnya orang tua penulis. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. PurnomoAnanto, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur I Bidang Akademik;
3. Drs.Nasrudin ,MAP., Wakil Direktur II Bidang Umum Dan Keuangan;
4. Dayu Sri Herti, Spd, Msn., Jurusan Penerbitan sekaligus Pembimbing Akademis dalam penyusunan Laporan Praktik Wakil Direktur III Bidang Kemahasiswaan.
5. Suratni, S.S., M.Hum., Ketua Industri ini;
6. Nova Darmanto, S.Sos., M.Si., Sekretaris Jurusan Penerbitan;
7. M. Rizky Kertanegara, S.S, M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan
8. Dosen Pembimbig I, Anindita Budi Astuti, MM, yang telah membimbing dan memberikan masukan,*Terimakasih ibu.*
9. Dosen Pembimbing II , Diah Amelia, S.Hum, M.Si, yang telah membimbing dengan penuh sabar ,*Terimakasih banyak ibu*
10. Para dosen dan Staf Jurusan Penerbitan khusus nya Program Studi Periklanan serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarata yang telah melayani mahasiswa selama 3(tiga) tahun penulis menempuh pendididkan disini

11. Keluarga penulis ibu kandung Siti Susilaningsih, bapak kandung Aibun Burhanudin, abang kandung Agam beserta istri kakak Sela yang senantiasa mendo'akan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, nasihat, dan dukungan baik secara moral maupun finansial.
12. Sahabat penulis Almira Shathifa yang setia menemani dan mewarnai masa perkuliahan penulis selama tiga tahun ini.
13. Sahabat kecil penulis Risanti Oktavia yang juga ikut serta dalam penyelesaian Tugas Akhir penulis dan memberi dukungan baik untuk penulis.
14. Sahabat penulis Della Afif dan Megan yang telah menemani dan meluangkan waktu untuk mendengar keluh dan kesah penulis.
15. Mantan dari penulis yang memberi banyak pelajaran, kekuatan dan rasa sabar, sehingga penulis akhirnya bisa menyelesaikan Tugas Akhis, *Terimakasih.*
16. Rekan-rekan Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama selama tiga tahun.

Penulis menyadari bahwa dalam penulian Tugas Akhir ini banyak sekali kekurangan dalam menyusun, penulis berharap agar dapat diterima dan memberi manfaat bagi pembaca. Jika terdapat kekurangan atau kesalahan di dalamnya, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Jakarta 4 Agustus 2020

Penulis

Ainayya Trifani

Nim.17410003

Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir

Judul Tugas Akhir : Perancangan Kampanye “LIVE BEGIN AT 40 PLUS” Untuk
Meningkatkan Brand Preference “Pasta Gigi Enzim 40 Plus”
Pada Tahun 2020.

Penulis : Ainayya Trifani

NIM : 17140003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, Selasa 4 Agustus 2020.

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Anindita Budi Astuti, MM
NIP. 198103052008122001

Diah Amelia, S.Hum, M.Si
NIP. -

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan

Koordinator Prodi Periklanan

Suratni, S.S., M.Hum
NIP.198310242009122002

M. Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
.NIP. 198301152014041001

Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir

Judul Tugas Akhir : Perancangan Kampanye “LIVE BEGIN AT 40 PLUS” Untuk
Meningkatkan Brand Preference “Pasta Gigi Enzim 40 Plus”
Pada Tahun 2020.

Penulis : Ainayya Trifani

NIM : 17140003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di
kampus Polteknik Negeri Media Kreatif Jakarta, Selasa 4 Agustus 2020.

Disahkan Oleh
Ketua Penguji

Dr. Tipri Rose Kartika , MM

NIP. 197606112009122002

Pembimbing 1

Anggota Penguji

Anindita Budi Astuti, MM
NIP. 198103052008122001

Diah Amelia, S.Hum, M.Si
NIP.

ABSTRAK

Pada penyusunan tugas akhir ini penulis mengajukan judul “Perancangan Kampanye “LIVE BEGIN AT 40 PLUS” Pasta Gigi Enzim 40 Plus pada tahun 2020”, pasta gigi Enzim 40 Plus sudah banyak di ketahui oleh banyak masyarakat namun belum menjadi pasta gigi pilihan utama, dimasa pademi Covid-19 seperti sekarang ini, Enzim 40 Plus memiliki tugas baru untuk membangun empati konsumen di masa sulit Covid-19.

Adapun dalam penyusunan tugas akhir ini penulis, menggunakan metode penelitian dan mengambil data dari sumber bacaan dan artikel berita serta data lain yang mendukung, berdasarkan data yang di peroleh penulis mengajukan rangkaian aktivitas perancangan kampanye dengan tema “LIVE BEGIN AT ENZIM 40 PLUS” selama periode tahun 2020. Kampanye ini bertujuan agar pasta gigi Enzim 40 Plus mendapat perhatian dari konsumen dan menjadi pilihan utama dalam kategori produk pasta gigi

Kata Kunci: *Kampanye, Enzim 40 Plus, Covid-1, Pasta gigi*

ABSTRACT

In the preparation of this final project, the writer proposes the title "Designing Campaign “LIVE BEGIN AT 40 PLUS” Toothpaste Enzim 40 Plus in 2020", Enzim 40 Plus toothpaste has been widely known by many people but has not become the first choice toothpaste in the Covid-19 era as it is now, Enzim 40 Plus has the task new way to build consumer empathy in the difficult times Covid-19.

As for the preparation of this thesis, the writer uses the research method and retrieves data from reading sources and news articles and other supporting data, based on the data obtained by the author, proposes a series of campaign design activities with the theme “LIVE BEGIN AT ENZIM 40 PLUS” during the 2020 period. to get Enzim 40 Plus toothpaste to the attention of consumers and become the top choice in the toothpaste product category.

Keywords: Kampanye, Enzim 40 Plus, Covid-1, Toothpaste

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	
ABSTRACT.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR PUSTAKA.....	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penulisan	6
1.5 Manfaat Perancangan	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kampanye	9
2.2 Strategi AISAS.....	13
2.3 Media Periklanan.....	15
2.4 Kreatif Periklanan.....	24
2.5 Merek.....	28

BAB III WAWASAN DATA

3.1 Situasi Eksternal dan Internal.....	35
3.2 Profile Produk atau Jasa.....	41
3.3 Wawasan Pelanggan	48
3.4 Analisis Kompetitor	55
3.5 Analisis SWOT	61

BAB IV KONSEP PERENCANAAN

4.1 Nama Kampanye	63
4.2 Tujuan Kampanye.....	64
4.3 Target Audiens.....	64
4.4. Element Media Kampanye (AISAS).....	65
4.5 Konsep Kreatif	68
4.6 Visual Konsep	74
4.7 Media Timeline.....	86

BAB V PENUTUP

- 5.1. Simpulan
- 5.2 Saran

Daftar Gambar

1.1.Top Brand Index Tahun 2018-2020.....	3
2.1. Alur AISAS.....	14
2.2.Piramida Periklanan	27
3.1.Perubahan sosial/gaya hidup selama covid 19.....	38
3.2 .Pertumbuhan selama covid-19.....	40
3.3.Logo Perusahaan PT. Enzym Bioteknologi Internusa.....	43
3.4 Produk Enzim.....	44
3.5 Varian Produk Enzim.....	46
3.6 Komposisi Produk Enzim 40 Plus.....	49
3.7 TVC pasta gigi Enzim 40 Plus.....	52
3.8 Personal Selling Pasta Gigi Enzim.....	53
3.9 Homepage Facebook Pasta gigi Enzim.....	54
3.10 Akun Twitter Resmi Pasta Gigi Enzim.....	55
3.11 Akun Instagram Resmi Pasta Gigi Enzim.....	56
3.12 Akun Youtube Resmi Pasta Gigi Enzim.....	56
3.13 Logo Sensodyne	57
3.14 Varian Sensodyne.....	58
3.15 Gambar 3.15 Iklan TVC Sensodyne.....	61
4.1 Gambar Master desain 1.....	75
4.2 Gambar Master desain 2.....	75
4.3 Gambar Storyboard part 1.....	76
4.4 Gambar Storyboard part 2.....	77

4.5 Gambar Transit Ad.....	78
4.6 Gambar Chain Flag.....	78
4.7 Gambar Woobler.....	79
4.8 Gambar Buy 2 Get 1 Mouthwash.....	79
4.9 Gambar Giveaway.....	80
4.10 Gambar Kegiatan Sosial 1.....	80
4.11 Gambar Kegiatan Sosial 2.....	81
4.12 Gambar Kegiatan Sosial 3.....	81
4.10 Gambar Facebook Ads.....	82
4.11 Gambar Youtube Ads.....	82
4.12 Gambar Instagram Ads.....	82
4.13 Gambar Portal Berita.....	82

Daftar Table

3.1 Harga Produk Pasta Gigi Enzim.....	48
3.2 Harga Varian Produk Sensodyne.....	58
3.3 Analisis SWOTH.....	61
4.1 Demografis.....	64
4.2 Big Idea.....	68
4.3 Production Cost Video Commercial.....	83
4.4 Production Cost TransitAd/MacroAd.....	84
4.5 Production Cost Digital Marketing.....	84
4.6 Production Cost Advertising Print Material.....	85
4.7 Production Cost Advertising Giveaway.....	85
4.8 Allocation Budgeting.....	86
4.9 Media Timeline.....	86