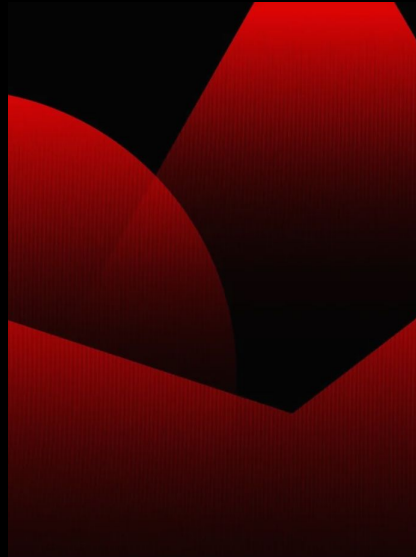


STORYLINE PADA IKLAN KOMERSIAL



Storyline pada iklan komersial adalah **alur cerita** atau rangkaian peristiwa yang **disusun** secara terstruktur untuk menyampaikan **pesan promosi** suatu **produk** atau **jasa kepada audiens** melalui pendekatan **naratif** (cerita).

Tujuan utama **storyline** adalah membuat **iklan terasa menarik**, emosional, dan **mudah diingat**, bukan sekadar menampilkan produk, tetapi **membangun hubungan emosional antara brand dan penonton** melalui cerita yang relevan.



CIRI-CIRI STORYLINE PADA IKLAN KOMERSIAL

01.

Memiliki alur (awal–tengah–akhir)

Seperti dalam film atau cerita pendek, ada pengenalan, konflik, dan penyelesaian.

02.

Menonjolkan karakter

Biasanya ada tokoh utama yang mengalami masalah dan menemukan solusi melalui produk.

03.

Mengandung konflik dan emosi

Dapat berupa kesulitan, keinginan, atau kebutuhan yang akhirnya teratasi.

04.

Menyampaikan pesan brand

Cerita diarahkan agar penonton mengingat nilai atau keunggulan produk.

05.

Memunculkan momen klimaks

Bagian paling menarik dari cerita yang meninggalkan kesan mendalam.



STRUKTURAL STORYLINE

01.

Pembukaan (Introduction)

mengenalkan situasi dan karakter.

02.

Masalah (Conflict)

memperlihatkan kebutuhan atau tantangan tokoh.

03.

Solusi (Resolution)

menunjukkan bagaimana produk membantu menyelesaikan masalah.

04.

Penutup (Closing Message)

pesan atau tagline yang memperkuat citra merek.



CONTOH STORYLINE

Iklan Kopi “Kopi Klungenan”

Judul: *“Kenangan dalam Secangkir Kopi”*

01.

Awal: Seorang anak muda kembali ke kampung halamannya setelah lama merantau. Ia melihat ayahnya masih menanam kopi di kebun kecil keluarga.

04.

Akhir: Produk kopi mereka dikenal luas, dan ayah-anak itu menikmati secangkir kopi bersama sambil tersenyum.

02.

Konflik: Anak itu ragu apakah warisan kopi keluarganya masih relevan di zaman modern.

05.

Tagline: *“Rasa Asli, Kenangan Tak Terlupakan.”*

03.

Solusi: Ia mencoba memasarkan kopi keluarganya dengan kemasan modern bernama **“Kopi Klungenan”**, sambil tetap mempertahankan cita rasa rendah keasaman khas Lampung.

TASK

01. **Membuat Storyline**
Setiap kelompok membuat storyline sesuai dengan produk yang akan diiklankan
 02. **Timeline**
Setiap kelompok wajib preview / Asistensi di pertemuan selanjutnya
-