

PROYEK AKHIR

***LENSABODONG PRODUCTION HOUSE* SEBAGAI AGENSI YANG MELAYANI PRODUKSI
*BRAND COMMERCIAL ADVERTISING***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan



**POLITEKNIK
TEMPO**

TUGAS AKHIR

Disusun oleh:

ABDULLAH ALFA RUHMA (211210001)

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2025

PROYEK AKHIR

***LENSABODONG PRODUCTION HOUSE* SEBAGAI AGENSI YANG MELAYANI PRODUKSI
*BRAND COMMERCIAL ADVERTISING***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan



**POLITEKNIK
TEMPO**

TUGAS AKHIR

Disusun oleh:

ABDULLAH ALFA RUHMA (211210001)

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-15
PENGESAHAN TUGAS AKHIR		

Judul Tugas Akhir : Lensabodong Production House sebagai Agensi yang Melayani Produksi
Brand Commercial Advertising

Nama : Abdullah Alfa Ruhma

NIM : 211210001

Tugas Akhir ini telah dinyatakan lulus dalam sidang Tugas Akhir pada 23 Mei 2025 dihadapan penguji dan telah di revisi sesuai catatan Tim Penguji. Karena itu, penulis berhak memperoleh gelar Sarjana Terapan D4 S.Tr.M di bidang Manajemen

Ketua Program Studi
Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0306028803

Tanggal

30/5/2025

Jakarta, 29 Mei 2025

Tanda Tangan



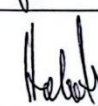
Penguji I
Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0306028803

30/5/2025



Penguji II
Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.
NIDN. 0304028306

3/6/2025



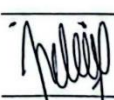
Pembimbing I
Shalfi Andri, S.P., M.M.
NIDN. 0328087202

3/6/2025



Pembimbing II
Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.
NIDN. 0312029401

3/6/2025



Mengetahui,
Direktur Politeknik Tempo



Shalfi Andri, S.P., M.M.
NIDN. 0328087202

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

***Lensabodong Production House sebagai Agensi yang Melayani Produksi
Brand Commercial Advertising***

Disusun oleh :

Abdullah Alfa Ruhma

NIM. 211210001

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

Jakarta, 19 Mei 2025

Pembimbing I



Shalfi Andri, S.P., M.M
NIDN. 0328087202

Pembimbing II



Indira Tribhuwana TD., S.E., M.M
NIDN. 0312029401

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional



Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0306028803

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Abdullah Alfa Ruhma
Tempat/Tanggal lahir : Magetan, 28 Juli 2001
NIM : 211210001
Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional
Judul Tugas Akhir : Lensabodong Production House sebagai Agensi yang Melayani Produksi
Brand Commercial Advertising
Dosen Pembimbing : 1. Shalfi Andri, S.P., M.M.
2. Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 19 Mei 2025



Abdullah Alfa Ruhma

NIM. 211210001

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210

☎ 021-5360409 ✉ admin@politekniktempo.ac.id

🌐 www.politekniktempo.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Politeknik Tempo, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdullah Alfa Ruhma

NIM : 211210001

Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan Politeknik Tempo, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Tugas Akhir ☐ Laporan Penelitian ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **LENSABODONG PRODUCTION HOUSE SEBAGAI AGANSI YANG MELAYANI PRODUKSI BRAND COMMERCIAL ADVERTISING**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan Politeknik Tempo berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Politeknik Tempo, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Mei 2025

Penulis,



(Abdullah Alfa Ruhma)

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210



021-5360409



admin@politekniktempo.ac.id



www.politekniktempo.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 003/Poltem-Perpus/Plagiasi/V/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reva Wijayanti, S.IP.

NIK : 22NA0020

Jabatan : Kepala Perpustakaan

Dengan ini kepala Perpustakaan Politeknik Tempo menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut :

Nama : Abdullah Alfa Ruhma

NIM : 211210001

Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021

Judul : **LENSABODONG PRODUCTION HOUSE SEBAGAI AGANSI YANG MELAYANI PRODUKSI BRAND COMMERCIAL ADVERTISING**

Tugas akhir yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi menggunakan aplikasi *Turnitin* dengan hasil 12% dan dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% sesuai dengan pedoman akademik yang berlaku pada setiap bab naskah skripsi/TA yang telah disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk sidang akhir dan pengurusan surat bebas pustaka.

Jakarta, 20 Mei 2025

Kepala Perpustakaan,



**POLITEKNIK
TEMPO**

Reva Wijayanti, S.IP.

**LENSABODONG PRODUCTION HOUSE SEBAGAI AGENSI YANG MELAYANI PRODUKSI
BRAND COMMERCIAL ADVERTISING**

Nama : Abdullah Alfa Ruhma
NIM : 211210001
Pembimbing : Shalfi Andri
Indira Tribhuwana Tungga Dewi

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengembangkan lini bisnis produksi iklan komersial merek (brand commercial advertising) melalui pendekatan berbasis proyek yang diwujudkan dalam bentuk dua buah video dengan metode observasi dan wawancara. Kajian ini menekankan pada proses kreatif dan manajerial dalam industri periklanan yang melibatkan tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Setiap tahapan terdiri atas langkah-langkah kompleks yang membutuhkan kolaborasi intensif antara pihak agensi dan klien. Hasil kajian menunjukkan bahwa kerja sama yang efektif tidak harus mengorbankan salah satu pihak, melainkan dapat memberikan keuntungan timbal balik jika didasari oleh kesepakatan yang jelas dan pemahaman terhadap sudut pandang masing-masing. Selain itu, proses negosiasi dalam produksi iklan tidak selalu berjalan sesuai rencana, sehingga diperlukan keterampilan mendengarkan, pemahaman terhadap akar masalah, strategi cadangan, dan kecerdasan situasional untuk mencapai hasil yang optimal. Kajian ini memberikan kontribusi dalam bentuk model produksi iklan yang aplikatif dan adaptif terhadap dinamika hubungan klien-agensi di industri kreatif.

Kata kunci : *advertising, production*, negosiasi, efektifitas & efisiensi

**LENSABODONG PRODUCTION HOUSE AS AN AGENCY SERVING BRAND COMMERCIAL
ADVERTISING PRODUCTIONS**

Name : Abdullah Alfa Ruhma
ID Number : 211210001
Advisor : Shalfi Andri
Indira Tribhuwana Tungga Dewi

ABSTRACT

This study aims to develop a production model for brand commercial advertising through a project-based approach, resulting in two commercial video outputs using observational and interview methods. The research emphasizes the creative and managerial processes in the advertising industry, which encompass three main stages: pre-production, production, and post-production. Each stage consists of complex steps that require intensive collaboration between the agency and the client. The findings reveal that effective cooperation does not necessarily entail a loss for either party; instead, mutual benefit can be achieved when grounded in clear agreements and mutual understanding. Moreover, negotiations in the advertising production process do not always proceed as planned, underscoring the importance of active listening, identifying root causes, having contingency strategies, and situational intelligence to attain the desired outcomes. This study contributes a practical and adaptive advertising production model that responds to the dynamic relationship between clients and agencies in the creative industry.

Keywords: advertising, production, negotiation, effectiveness & efficiency

PRAKATA

Alhamdulillah, senantiasa kita ucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang hingga saat ini masih memberikan kita nikmat iman dan kesehatan, sehingga penulis diberi untuk menyelesaikan tugas akhir tentang "*Lensabodong* sebagai agensi yang melayani *Brand Commercial Advertising*". Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Terapan Ekonomi Bisnis.

Tak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada setiap pihak yang telah mendukung serta membantu penulisi selama proses penyelesaian tugas akhir ini hingga selesainya laporan ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada :

1. Bapak Shalfi Andri, S.P., M.M dan Indira Tribhuwana TD, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir atas bimbingan dan tugas yang diberikan.
2. Teman dan sahabat atas semangat yang telah diberikan.

Pada tugas akhir ini akan dibahas mengenai proses produksi *Brand Commercial Advertising*. Industri kreatif memiliki peran yang signifikan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan keindahan visual dalam *digital marketing*. Tugas akhir berisi paparan secara keseluruhan proses produksi *brand commercial advertising*.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis ini masih jauh dari sempurna serta kesalahan yang penulis yakini diluar batas kemampuan penulis. Maka dari itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Penulis berharap karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 19 Mei 2025

Penulis



Abdullah Alfa Ruhma
NIM. 211210001

LEMBAR PERSEMBAHAN

"day one, or one day"

"mundus lusus est, si ludure non vis"

Bismillahirrahmanirrahim, dengan mengucapkan syukur *alhamdulillah* atas berkah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin. Penulis berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yakni Bapak Shalfi Andri, S.P., M.M., dan Ibu Indira Tribhuwana TD, S.E., M.M. karna bantuan beliau penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini penulis juga dedikasikan untuk :

1. Shalfi Andri, S.P., M.M., bapak direktur sekaligus pembimbing akademik dan tugas akhir saya, beliau yang selalu memberikan didikan dan dedikasinya seolah kami adalah anaknya sendiri, yang selalu memberikan jalan atas permasalahan apapun yang tengah terjadi selama kehidupan kampus.
2. Henry Wijaya, S.Ds., M.Ds, dosen program studi tetangga, tetapi beliau yang selalu memberikan dorongan ilmu dan motivasi, bahkan beliau yang dengan rela mengurus saya dirumah sakit, dosen pertama yang saya kenal bahkan hingga menjadi dosen favorit saya, dengan caranya, sehingga kini saya anggap menjadi kakak saya sendiri karena sikapnya selama ini.
3. Rosdiana, S.Sos., M.Si., dosen program studi tetangga juga, tetapi beliau banyak memberi dorongan dan pembentukan karakter, manajerial dan telah membantu dalam berbagai project. Pun juga beliau menjadi salah satu tempat untuk penulis bercerita.
4. Seluruh dosen program studi Manajemen Pemasaran Internasional, karena bagaimanapun, merekalah yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang luar biasa dalam pembentukan pola pikir dan karakter selama penulis menjalankan studi.
5. Kedua orang tua, Muldayanu dan Suwarsini, S.Pd., saya terlalu gengsi untuk berkata manis, tapi beliaulah yang dengan caranya sendiri menumbuhkan saya dengan sepenuh hati, utusan Tuhan untuk menjaga makhluk lemah ini. Hal yang selalu saya syukuri menjadi anak mereka meskipun hampir tidak pernah saya ucapkan secara langsung kepada mereka.
6. Dua saudara saya, Muhammad Ihya Ulhaq dan Ziyan Fadhila yang selalu menemani saya sedari kecil, memberikan pendidikan dan pengalaman meskipun dengan cara bermain mereka demi kebaikan kami bersama.
7. Duo mentor terhebat saya, sekaligus merangkap sebagai sepupu dan paman saya, Bagus Hendra Prasetya dan Rudi Gustaman, yang dengan segudang pengalaman hebat mereka telah memberikan banyak dorongan batin, dan juga menjadi mentor proyek besar saya yang saya targetkan untuk merealisasikannya selama 30 hingga 40 tahun kedepan.
8. Tiga teman terdekat sekaligus saya anggap sebagai sahabat saya, Muhammad Syifa, Syathra Alif Maulana dan Aziza Andira Putri Sangaji, yang selalu menemani jalannya

kehidupan saya, selalu mewarnai kehidupan saya selama masa perkuliahan dengan tawa, riang, canda, dan terutama akan 'ketolololan' mereka, terimakasih banyak, teman.

9. Teruntuk teman penulis, Aziza, Dara, Faruq, Atha, Faiz, Karlos dan Naila yang telah memberikan dukungan, serta memberikan berbagai pengalaman hebat terhadap penulis selama menjalankan studi.
10. Partner diskusi, Muhammad Alfarouq, selalu menemani penulis untuk berdiskusi dalam berbagai hal dan memberikan banyak sudut pandang dalam pengetahuan, pun juga ia berhasil membuat sesi diskusi menjadi dua arah dan tanpa saling menjatuhkan argumen satu sama lain.
11. Seluruh rekan-rekan civitas akademika Politeknik Tempo yang sudah saya anggap sebagai keluarga saya sendiri, yang selalu memberikan berbagai warna dan drama dalam kehidupan kampus saya.

Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all these hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and trying to give more than i receive, i wanna thank me for trying to do moreright than wrong, i wanna thank me for just being me all time.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
PRAKATA.....	x
LEMBAR PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah.....	3
1.4. Rumusan Masalah.....	3
1.5. Tujuan Kajian.....	4
1.6. Manfaat Kajian	4
BAB II	5
KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1. Landasan Teori	5
2.1.1. <i>Production House</i>	5
2.1.2. <i>Brand</i>	5
2.1.3. <i>Advertising</i>	6
2.1.4. Digitalisasi	7
2.1.5. <i>Digital Advertising</i>	7

2.1.6.	<i>Marketing Mix</i>	8
2.1.7.	Studi Kelayakan Bisnis.....	9
2.1.8.	<i>Pra-Production</i>	9
2.1.9.	<i>Production</i>	10
2.1.10.	Pasca Produksi	10
2.1.11.	Negosiasi Bisnis.....	11
2.1.12.	<i>Forecasting</i>	11
BAB III		12
METODE KAJIAN		12
3.1.	Objek Kajian	12
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	12
3.2.1.	Jenis Data	12
3.2.2.	Sumber Data	13
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	13
3.3.1.	Studi Pustaka (<i>Library Research Method</i>).....	13
3.3.2.	Studi Lapangan (<i>Field Research Method</i>)	13
3.4.	Jenis Usaha.....	14
3.4.1.	Tinjauan Umum Perusahaan.....	14
3.4.2.	Struktur Perusahaan	15
3.5.	Tahapan Pembentukan Usaha	18
3.5.1.	Sejarah	18
3.6.	Studi Kelayakan Bisnis.....	21
3.6.1.	Analisis SWOT	22
3.6.2.	Analisis Konsumen	23
3.6.3.	Analisis Pemasaran	24
3.6.4.	Analisis Keuangan	27
3.7.	Sumber Daya Manusia	40
3.7.1.	Analisis Sumber Daya Manusia	40
3.8.	Operasional	44
3.8.1.	Pra Produksi	44
3.8.2.	Produksi	44
3.8.3.	Pasca Produksi	44

3.8.4.	Timeline Produksi <i>Brand Commercial Advertising</i>	44
3.9.	<i>Forecasting</i>	47
3.9.1.	Statistik Industri Iklan Komersial (2019–2024).....	47
3.9.2.	Proyeksi Peluang Bisnis 2025–2030.....	49
3.9.3.	Ramalan Keuangan	50
3.9.4.	Ramalan <i>Market Share</i>	53
BAB IV		56
HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1.	Hasil Kajian	56
4.2.	Pembahasan Kajian	57
4.2.1.	<i>Pre-Production</i>	58
4.2.2.	<i>Production</i>	67
4.2.3.	<i>Post-Production</i>	68
4.2.4.	Efektifitas & Efisiensi.....	70
4.2.5.	Negosiasi Bisnis	71
4.3.	Keterbatasan Kajian	74
4.3.1.	Keterbatasan Sumber Daya Manusia.....	74
4.3.2.	Keterbatasan Alat	74
BAB V		75
PENUTUP		75
5.1.	Kesimpulan.....	75
5.2.	Implikasi	75
5.3.	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		78
BIODATA PENULIS		82
LAMPIRAN		83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Startup Terbanyak di Dunia	1
Tabel 3. 1 Deskripsi Produk.....	17
Tabel 3. 2 Timeline usaha Lensabodong	19
Tabel 3. 3 Riwayat Klien Lensabodong periode 2023-2024.....	20
Tabel 3. 4 Analisis <i>SWOT</i> Lensabodong	22
Tabel 3. 5 Laporan keuangan penjualan Lensabodong periode 2023	27
Tabel 3. 6 Laporan keuangan penjualan Lensabodong periode 2024.....	28
Tabel 3. 7 Laporan keuangan penjualan Lensabodong periode 2025	29
Tabel 3. 8 Laporan Arus Kas Lensabodong 2023	30
Tabel 3. 9 Laporan Arus Kas Lensabodong 2024	30
Tabel 3. 10 Laporan Arus Kas Lensabodong 2025.....	31
Tabel 3. 11 Laporan Laba Rugi penjualan Lensabodong periode 2023	31
Tabel 3. 12 Laporan Laba Rugi penjualan Lensabodong periode 2024	32
Tabel 3. 13 Laporan Laba Rugi penjualan Lensabodong periode 2025	32
Tabel 3. 14 Laporan Perubahan Modal Lensabodong 2023	33
Tabel 3. 15 Laporan Perubahan Modal Lensabodong 2024	33
Tabel 3. 16 Laporan Perubahan Modal Lensabodong 2025	33
Tabel 3. 17 Laporan Rasio Kinerja Operasi Lensabodong 2023	34
Tabel 3. 18 Laporan Rasio Kinerja Operasi Lensabodong 2024	34
Tabel 3. 19 Laporan Rasio Kinerja Operasi Lensabodong 2025	35
Tabel 3. 20 Laporan Rasio Profitabilitas Lensabodong 2023	36
Tabel 3. 21 Laporan Rasio Profitabilitas Lensabodong 2024	36
Tabel 3. 22 Laporan Rasio Profitabilitas Lensabodong 2025	37
Tabel 3. 23 Laporan Rasio Perputaran Modal Kerja Lensabodong 2025.....	38
Tabel 3. 24 Rancangan Anggaran Belanja produksi brand commercial advertising	38
Tabel 3. 25 Peta jalan produksi video <i>brand commercial advertising</i>	46
Tabel 3. 26 biaya produksi & distribusi iklan di Indonesia	49
Tabel 3. 27 Proyeksi peluang bisnis Lensabodong 2025-2030.....	50
Tabel 3. 28 Asumsi dasar peramalan	51
Tabel 3. 29 <i>Forecast</i> Keuangan 2025–2029 (dalam juta Rupiah).....	52
Tabel 3. 30 Asumsi untuk <i>Forecast Market Share</i> (2025–2029)	53
Tabel 3. 31 <i>Forecast Market Share</i> (2025–2029).....	54
Tabel 4. 1 Daftar kru dan <i>talent</i>	61
Tabel 4. 2 Rincian alat dan lokasi untuk proses produksi.....	61
Tabel 4. 3 <i>master breakdown</i> Politeknik Tempo	62
Tabel 4. 4 <i>master breakdown</i> Fun Flings	65
Tabel 4. 5 Arus kas proyek	69
Tabel 4. 6 Rancangan Anggaran Penawaran Produksi <i>brand commercial ads</i>	70
Tabel 4. 7 Laporan Laba Rugi produksi <i>brand commercial ads</i> 2025	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi	15
Gambar 3. 2 Instagram Lensabodong.....	25
Gambar 3. 3 Website Lensabodong.....	26
Gambar 3. 4 Struktur organisasi Lensabodong	41
Gambar 3. 5 <i>key-phases</i> produksi <i>brand commercial advertising</i>	44
Gambar 3. 6 <i>Milestones</i> pengembangan produk <i>brand commercial advertising</i>	45
Gambar 3. 7 Statistik belanja iklan global.....	48
Gambar 3. 8 <i>Chart</i> distribusi belanja iklan global (2022)	48
Gambar 3. 9 Grafik <i>Forecast Market Share</i> (2025–2029)	54
Gambar 4. 1 <i>Flow chart</i> proses kinerja.....	56
Gambar 4. 2 Laporan Hasil Wawancara	58
Gambar 4. 3 <i>Storyboard</i> Fun Flings	59
Gambar 4. 4 <i>Storyboard</i> Politeknik Tempo (1)	60
Gambar 4. 5 <i>Storyboard</i> Politeknik Tempo (2)	60
Gambar 4. 6 Susunan set syuting	67
Gambar 4. 7 Proses berlangsungnya produksi <i>brand commercial advertising</i>	68
Gambar 4. 8 <i>Editing workspace</i> Fun Flings.....	69
Gambar 4. 9 <i>Editing workspace</i> Politeknik Tempo	69
Gambar 4. 10 Proses <i>pitching & negotiation</i> antara Lensabodong & Politeknik Tempo.....	72
Gambar 4. 11 Proses penandatanganan kerjasama antara Lensabodong & Politeknik Tempo	73
Gambar 4. 12 Proses penandatanganan kerjasama antara Lensabodong & Fun Flings	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Proposal Penawaran.....	84
Lampiran 2 - <i>MoU</i>	88
Lampiran 3 - Surat Elektronik Undangan Presentasi	89
Lampiran 4 - Surat Undangan Presentasi	90
Lampiran 5 - <i>Storyboard</i>	91
Lampiran 6 - <i>Master Breakdown</i>	92
Lampiran 7 - <i>Script</i>	93
Lampiran 8 - <i>Visual Sheet</i>	94
Lampiran 9 - Surat Peminjaman Alat.....	95
Lampiran 10 - Hasil Wawancara	96
Lampiran 11 - Notulensi Rapat	97
Lampiran 12 - Dokumentasi <i>Pitching, Presentation & Negotiation (Pre Production)</i>	98
Lampiran 13 - Dokumentasi Proses Syuting (<i>Production</i>)	100
Lampiran 14 - Dokumentasi Proses <i>Editing (Post Production)</i>	101
Lampiran 15 - Link Hasil Brand Commercial Ads.....	102
Lampiran 16 - Form Bimbingan.....	103
Lampiran 17 - Hasil Uji Turnitin	105