UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Kecerdasan Buatan Generatif Dalam Industri Periklanan : Studi Kasus Proses Penggunaan Kecerdasan
Buatan Generatif Dalam Proses Kreatif Periklanan Pada Agensi Kreatif Sumber Makmur
Aunur Ikmal Nugroho, Massageng Widagdhaprasana, S.I.P., MMktgComs.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iii**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

ABSTRAK ..... **vi**

DAFTAR BAGAN, TABEL, DAN GAMBAR ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN **11**

1.1 Latar Belakang **11**

1.2 Pertanyaan Penelitian **15**

1.3 Tujuan Penelitian **15**

1.4 Manfaat Penelitian **15**

1.5 Kebaruan Penelitian **16**

1.6 Sistematika Pembagian Bab **17**

BAB II KECERDASAN BUATAN GENERATIF DAN TRANSFORMASI PROSES KREATIF DALAM PERIKLANAN **19**

2.1 Kecerdasan Buatan Generatif dalam Industri Periklanan. **19**

2.1.1 Kecerdasan Buatan Generatif (*Generative Artificial Intelligence*). 19

2.1.2 Kecerdasan Buatan Generatif dalam Perspektif Periklanan Digital 21

2.2 Proses Kreatif Periklanan (*Advertising Creative Process*) di Agensi Kreatif ... **23**

2.3 Kerangka Konsep **27**

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **31**

3.1 Paradigma dan Jenis Penelitan **31**

3.2 Metode Penelitian **32**

3.2.1 Teknik Pengumpulan Data 33

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Kecerdasan Buatan Generatif Dalam Industri Periklanan : Studi Kasus Proses Penggunaan Kecerdasan
Buatan Generatif Dalam Proses Kreatif Periklanan Pada Agensi Kreatif Sumber Makmur
Aunur Ikmal Nugroho, Massageng Widagdhaprasana, S.I.P., MMktgComs.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.2.2 Teknik Analisis Data 35

3.3 Limitasi Penelitian 36

BAB IV DINAMIKA PROSES PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN GENERATIF DALAM PROSES KREATIF PERIKLANAN PADA SUMBER MAKMUR 38

4.1 Agensi Kreatif Sumber Makmur dan Struktur Organisasinya 38

4.2 Proses Kreatif Periklanan dalam Agensi Kreatif Sumber Makmur 41

4.3 Proses Penggunaan Kecerdasan Buatan Generatif dalam Proses Kreatif Periklanan Agensi Kreatif Sumber Makmur 45

4.3.1 Tim Konten 45

4.3.2 Tim Desain Grafis 49

4.3.3 Tim Produksi 55

4.3.4 Manajer Proyek 56

4.4 Pembahasan 61

BAB V PENUTUP 67

5.1 Kesimpulan 67

5.2 Saran 69

DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN I 75

LAMPIRAN II 76

LAMPIRAN III 77

LAMPIRAN IV 80

LAMPIRAN V 94