

DAFTAR ISI

Lembar Judul Tugas Akhir.....	i
Lembar Pernyataan Keaslian Tugas Akhir.....	ii
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	iii
Lembar Persetujuan dan Pengesahan Tugas Akhir	iv
Lembar Konsultasi Tugas Akhir	v
Kata Pengantar	vii
Abstraksi.....	ix
<i>Abstract</i>	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan	4
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Ruang Lingkup Perancangan	5
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Metode Perancangan	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.6.2 Analisa Data	7
1.7 Skematika Perancangan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Teoritis Tentang Pemasaran	9
2.2 Komunikasi Pemasaran dan <i>Promotion Mix</i>	9
2.2.1 Periklanan	10
2.2.2 Promosi Penjualan	10

2.2.3 Hubungan Masyarakat	11
2.2.4 Penjualan <i>Personal</i>	11
2.2.5 Pemasaran Langsung	11
2.3 Peran dan Manfaat Periklanan Bagi Perusahaan dan Konsumen	11
2.4 Proses Komunikasi Periklanan.....	12
2.5 Strategi Kreatif Iklan.....	13
2.6 Kerangka Teori Judul Karya	14
BAB III PERANCANGAN KREATIF IKLAN	16
3.1 Profil Perusahaan dan Analisis Situasi.....	16
3.1.1 Profil Perusahaan	16
3.1.2 Analisa lingkungan dan kondisi pasar	17
3.2 Strategi Kreatif Iklan.....	26
3.2.1 Perancangan Strategi Kreatif	26
3.2.2 Konsep dan Strategi Media	30
3.3 Eksekusi Perancangan.....	32
3.3.1 Pertimbangan Pemilihan Karya	32
3.3.2 Karya Iklan.....	33
3.4 Justifikasi Karya Iklan	39
3.4.1 Aspek <i>Copy</i>	39
3.4.2 Aspek <i>Visual</i>	43
3.5 <i>Time Table</i> dan Anggaran Produksi.....	52
3.5.1 <i>Time Table</i>	52
3.5.2 Anggaran Produksi.....	53
3.6 Kendala dan Pemecahan	53
3.6.1 Kendala	53
3.6.2 Pemecahan	54
BAB IV PENUTUP	55
4.1 Kesimpulan	55
4.2 Saran-saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	60
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1.....	8
Gambar III.1	33
Gambar III.2	34
Gambar III.3	35
Gambar III.4	36
Gambar III.5	37
Gambar III.6.	38
Gambar III.7	45
Gambar III.8	48
Gambar III.9	51



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1	14
Tabel III.1.....	52
Tabel III.2.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.1. Surat Keterangan Riset	61
Lampiran A.2. Surat Izin Penggunaan Merk.....	62
Lampiran A.3. Surat <i>Approval</i> Persetujuan Karya “Lebih Untung”	63
Lampiran A.4. Surat <i>Approval</i> Persetujuan Karya “Lebih Praktis”	64
Lampiran A.5. Surat <i>Approval</i> Persetujuan Karya “Enak Jadi <i>Reseller</i> ‘kan?’	65
Lampiran B.1. <i>Client Brief</i>	66
Lampiran B.2. <i>Creative Brief</i>	74
Lampiran B.3. <i>Call Report</i> Pertemuan I	90
Lampiran B.4. <i>Call Report</i> Pertemuan II	91
Lampiran B.5. <i>Call Report</i> Pertemuan III.....	92
Lampiran B.6. <i>Call Report</i> Pertemuan IV.....	93
Lampiran C.1. Sketsa Iklan Versi “Lebih Untung”	94
Lampiran C.2. Sketsa Iklan Versi “Lebih Praktis”	95
Lampiran C.3. Sketsa Iklan Versi “Enak Jadi <i>Reseller</i> ‘kan?’	96
Lampiran C.4. Sketsa Iklan Alternatif	97
Lampiran C.5. Sketsa Iklan Alternatif	98
Lampiran C.6. Sketsa Alternatif.....	99
Lampiran D.1. Hasil Wawancara Klien (1).....	100
Lampiran D.1. Hasil Wawancara Klien (2).....	103
Lampiran D.2. Hasil Wawancara Konsumen (1)	104
Lampiran D.2. Hasil Wawancara Konsumen (2)	105
Lampiran D.2. Hasil Wawancara Konsumen (3)	106
Lampiran D.2. Hasil Wawancara Konsumen (4)	107
Lampiran D.2. Hasil Wawancara Konsumen (5)	108
Lampiran D.2. Hasil Wawancara Konsumen (6)	109
Lampiran D.3. Hasil Kuesioner <i>Online</i>	110

Lampiran D.4 Surat Kontrak <i>Talent</i>	124
Lembar E.1. Gambar Asli Sumber Karya Versi “Lebih Untung”	125
Lembar E.2. Gambar Asli Sumber Karya Versi “Lebih Praktis”	127
Lembar E.2. Gambar Asli Sumber Karya Versi “Enak Jadi <i>Reseller</i> ‘kan?’”	128



