

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	2
1.3 Tujuan Perancangan .....	5
1.4 Alasan Pemilihan Judul .....	5
1.5 Manfaat Perancangan .....	5
1.5.1 Manfaat Akademis .....	6
1.5.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>

2.1 <i>Rebranding</i> .....	7
2.2 Periklanan .....	8
2.2.1 Tujuan Periklanan .....	10
2.2.2 Jenis periklanan.....	10
2.3 Fungsi Iklan.....	11
2.5 Promosi.....	14
2.5.1 Media Periklanan .....	15
2.6 Kampanye Iklan .....	16
2.7 <i>Copywriter</i> .....	18
2.7.1 Pengertian <i>Copywriter</i> .....	18
2.7.2 Tugas Dan Kewajiban <i>Copywriter</i> .....	18
2.7.3 Unsur Dasar <i>Copywriter</i> .....	19
2.7.4 Kedalaman Makna <i>Copywriting</i> .....	21
2.7.5 Prinsip Dasar Menulis Naskah Iklan .....	23
2.7.6 Bahasa.....	24
2.7.7 Pra produksi .....	25
2.7 Kreatifitas Dalam Periklanan .....	25
2.8 Strategi Kreatif Periklanan .....	28
2.9 <i>Big Ide</i> ( Ide Besar ) .....	29
2.10 Daya Tarik Iklan .....	31

2.11 Elemen-Elemen Iklan .....	33
2.12Produksi Pesan .....	34
2.13 <i>StoryLine</i> .....	36
2.14 Pasca Produksi.....	37
2.15 Media Digital.....	37
2.16Media Promosi .....	38
2.16.1 Youtube.....	38
2.16.2 Instagram .....	38
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Tujuan Komunikasi .....	41
3.1.1. Target Sasaran.....	42
3.2 Strategi Komunikasi .....	42
3.3 <i>Big Idea</i> .....	43
3.4 Materi Pesan .....	44
3.5 Strategi Kreatif Perancang.....	44
3.6 Alasan Pilihan Iklan .....	46
3.7 Gambar Isi Pesan Dan Media Promosi.....	46
3.8. <i>Marketing Brief</i> .....	47
3.8.1 Produksi Keripik Pisang dan Biodata Pengusaha.....	51
3.9 Analisa Spesifikasi ProgramProses .....	51

3.9.1 Gambar Rancangan Bentuk .....	56
3.9.2 Makana/Filosofi Logo KPK.....	56
3.9.3 <i>Big Idea</i> .....	58
3.9.4 Tema .....	58
3.9.5 Sinopsis.....	58
3.9.6 <i>StoryLine Script 1</i> .....	60
3.9.7 <i>StoryLine Script&amp;Storyboard</i> .....	61
<b>BAB IV ANALISIS PROSES.....</b>	<b>64</b>
4.1 Tahapan Produksi .....	64
4.1.1 Pra Produksi.....	64
4.1.2 Pembuatan Konsep Iklan .....	64
4.1.3 Pembuatan <i>Storyline/script</i> (naskah iklan) .....	65
4.1.4 Pembuatan <i>Storyboard</i> .....	66
4.1.5 Memilih <i>Director of Photography (DoP)</i> .....	66
4.1.6 Pencarian Tempat / Lokasi Syuting .....	66
4.1.7 Paska Produksi.....	66
4.1.8 Peninjaun Ulang.....	67
4.2 Lembar Kerja Produksi .....	68
4.2.1 Lembar Kerja <i>Copywriter</i> .....	68
4.3 <i>Breakdown Shooting</i> .....	69

4.3.1 Peralatan yang digunakan .....	70
4.4 Kendala.....	71
4.5 Solusi .....	72
4.6 Penggunaan Media Promosi .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran .....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA