

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan perancangan.....	5
1.4 Manfaat Perancangan.....	6
1.4.1 Manfaat akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kerangka Pemikiran.....	7
2.2 PR Dalam Periklanan.....	7
2.3 Sosialisasi.....	8
2.4 Periklanan	9
2.4.1 Tujuan Periklanan	13
2.4.2 Jenis Periklanan	13
2.4.3 Media Periklanan	15
2.5 Fungsi Iklan	16
2.6 Iklan Layanan Masyarakat.....	18

2.7 Strategi Kreatif Periklanan.....	20
2.8 Copywriter	21
2.8.1 Unsur Dasar Copywriter	22
2.8.2 Kedalaman Makna Copywriter	23
2.8.3 Prinsip Dasar Menulis Naskah Iklan.....	25
2.8.4 Bahasa	26
2.8.5 Pra Produksi	27
2.9 Kreatifitas dalam Periklanan.....	27
2.10 Big Idea.....	29
2.11 Produksi Pesan.....	31
2.12 Youtube.....	32
BAB III	33
KONSEP PERANCANGAN.....	33
3.1 Tujuan Komunikasi.....	33
3.1.1 Target Sasaran.....	33
3.2 Strategi Komunikasi.....	34
3.2.1 Komponen-Komponen Strategi Komunikasi.....	34
3.2.2 Big Idea	35
3.2.3 Materi Pesan.....	35
3.3 Analisa Spesifikasi Program Proses.....	36
3.3.1 Deskripsi Program.....	36
3.3.2 Konsep Eksekusi Karya	36
3.3.3 Alasan Pemilihan Karya.....	36
3.3.4 Gambaran Isi Pesan dan Media.....	37
3.4 Time Table dan Anggaran	37
3.4.1 Time Table	37
3.4.2 Anggaran.....	38
3.5 Marketing Brief.....	38
3.5.1 Latar Belakang Perusahaan.....	38
3.5.2 Visi.....	39
3.5.3 Misi	39

3.5.4 Tujuan	39
3.6 Konsep Perancangan	40
3.6.1 Konsep Dasar	40
3.6.2 Pendekatan Kreatif.....	40
3.6.3 Pendekatan Visual.....	41
3.6.4 SWOT	41
3.6.5 Sinopsis	42
3.6.6 Storyline.....	43
3.6.7 Storyboard.....	47
BAB IV	49
ANALISIS PROSES.....	49
4.1 Tahapan Produksi.....	49
4.1.1 Pra Produksi	49
4.1.2 Pembuatan Konsep Iklan	49
4.1.3 Pembuatan Storyline / Naskah Iklan.....	49
4.1.4 Pembuatan Storyboard.....	50
4.1.5 Memilih Editor.....	50
4.1.6 Pencarian Tempat.....	50
4.1.7 Paska Produksi.....	50
4.1.8 Peninjauan Ulang.....	51
4.2 Lembar Kerjs Produksi	51
4.2.1 Lembar Kerja Copywriter	51
4.3 Breakdown Editing	52
4.3.1 Peralatan Yang digunakan	53
4.4 Kendala	53
4.5 Solusi	54
4.6 Penggunaan Media Promosi.....	56
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60

Daftar Pustaka.....xv
LAMPIRAN..... xviii



UNIVERSITAS
MERCU BUANA