

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR APLIKATIF .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR APLIKATIF.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR APLIKATIF....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Permasalahan.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Perancangan.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Alasan Pemilihan Judul .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Manfaat Perancangan.....</b>	<b>9</b>
1.5.1 Manfaat Akademis .....	9
1.5.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>KERANGKA / DASAR PEMIKIRAN .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>10</b>
2.1.1 <i>Business to Business</i> .....	10
2.1.2 <i>Franchise (Waralaba)</i> .....	10
2.1.2.1 <i>Franchisor</i> (Pemberi Waralaba) .....	11
2.1.2.2 <i>Franchisee</i> (Penerima Waralaba).....	11
2.1.3 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.3.1 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Promosi .....	13
2.1.4.1 Tujuan Promosi.....	13
2.1.4.2 Bauran Promosi.....	14
2.1.5 Iklan.....	16
2.1.5.1 Tujuan Iklan.....	17
2.1.5.2 Fungsi Iklan .....	18
2.1.6 Video Iklan.....	19
2.1.6.1 Gaya Eksekusi Video Iklan.....	19
2.1.6.2 Jenis Ukuran Dalam Pengambilan Gambar .....	22
2.1.6.3 Pergerakan Kamera ( <i>Camera Movement</i> ).....	23
2.1.6.4 Penggunaan Musik pada Video Iklan .....	26
2.1.7 Media Sosial.....	29

2.1.7.1	Jenis Media Sosial .....	30
2.1.8	Pemasaran dengan Media Sosial .....	30
2.1.8.1	Jenis Iklan pada media sosial Instagram .....	30
<b>2.2</b>	<b>Referensi Karya .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>35</b>
<b>KONSEP PERANCANGAN</b>	<b>.....</b>	<b>35</b>
<b>3.1</b>	<b>Tujuan Komunikasi.....</b>	<b>35</b>
3.1.1	Model Komunikasi Laswell .....	35
3.1.1.1	Pasta Kangen .....	36
3.1.1.2	<i>Key Message</i> .....	36
3.1.1.3	Media Iklan.....	37
3.1.1.4	<i>Target Audience</i> .....	37
3.1.1.5	<i>Effects</i> .....	37
<b>3.2</b>	<b>Strategi Komunikasi.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3</b>	<b>Analisa Spesifikasi Iklan .....</b>	<b>39</b>
3.3.1	Deskripsi Iklan .....	39
3.3.1.1	Format Iklan.....	39
3.3.1.2	Media dan durasi.....	39
<b>3.4</b>	<b>Penjadwalan dan Anggaran .....</b>	<b>40</b>
<b>3.5</b>	<b>Konsep Perancangan.....</b>	<b>40</b>
3.5.1	<i>Big Idea</i> .....	40
3.5.2	<i>STP (Segmenting, Targeting, Positioning)</i> .....	41
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>43</b>
<b>ANALISIS PROSES</b>	<b>.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1</b>	<b>Tahapan Produksi .....</b>	<b>43</b>
4.1.1	Pra-Produksi.....	43
4.1.1.1	<i>Time planning</i> .....	43
4.1.1.2	<i>Data Collection</i> .....	44
4.1.1.3	<i>Initial Brief</i> .....	44
4.1.1.4	<i>Recce</i> .....	45
4.1.1.5	<i>Storyboard</i> .....	45
4.1.1.6	<i>2<sup>nd</sup> Brief</i> .....	45
4.1.2	Produksi.....	45
4.1.2.1	<i>Shooting</i> .....	46
4.1.2.2	<i>Editing</i> .....	47
4.1.3	Post-Produksi .....	47
4.1.3.1	<i>3<sup>rd</sup> Brief</i> .....	47
4.1.3.2	Finalisasi .....	47
<b>4.2</b>	<b>Implementasi Konsep.....</b>	<b>48</b>
4.2.1	<i>Franchisees Testimonial</i> .....	48
4.2.2	<i>Instagram Story</i> .....	49
4.2.3	<i>Franchise Expo 2018</i> .....	51
<b>4.3</b>	<b>Lembar Kerja Produksi.....</b>	<b>52</b>
4.3.1	Lembar kerja Produser .....	52
4.3.2	Lembar kerja Kreatif.....	53
4.3.2.1	<i>Storyboard</i> .....	53
4.3.3	Lembar kerja <i>Cameraman</i> dan Editor .....	68
<b>4.4</b>	<b>Monitoring dan Evaluasi.....</b>	<b>68</b>
<b>4.5</b>	<b>Kendala dan Penyelesaian Masalah.....</b>	<b>69</b>
4.5.1	Waktu .....	69

4.5.2	Tema Iklan .....	70
4.5.3	Peralatan.....	70
<b>BAB V</b>	.....	<b>71</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>71</b>
5.1	<b>Kesimpulan</b> .....	<b>71</b>
5.2	<b>Saran</b> .....	<b>72</b>
5.2.1	Saran akademis.....	72
5.2.2	Saran Praktis.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>77</b>

