

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat.....	3
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.5.2.1 Manfaat Bagi Penulis.....	4
1.5.2.2 Manfaat Bagi Objek Perancangan.....	4
1.5.2.3 Manfaat Bagi Universitas	4
1.5.2.4 Manfaat Bagi Masyarakat	4
1.6 Kerangka Pemikiran	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Definisi Judul	6
2.2 <i>Jingle</i>	7
2.2.1 Pendekatan Dalam Penyampaian <i>Jingle</i>	7
2.2.2 Keunggulan Iklan <i>Jingle</i>	7
2.2.3 Produk yang Menggunakan Strategi Iklan <i>Jingle</i>	8
2.2.4 Lirik <i>Jingle</i>	9
2.2.5 Elemen Dasar Dalam Musik.....	10
2.3 Media Sosial	11
2.3.1 Media Sosial Instagram.....	11
2.3.2 Pengguna Instagram di Indonesia.....	14
2.4 Video	15

2.4.1	Unsur-Unsur Video.....	15
2.4.2	Peran Audio dalam Video	15
2.4.3	Pemilihan Pemeran dalam Video.....	15
2.5	<i>Copywriting</i>	16
2.5.1	<i>Copywriting</i> Bagian dari Iklan.....	16
2.5.2	<i>Copywriting</i> Kreatif.....	17
2.6	Kesadaran Merek.....	17
2.7	Posisi Coffee.....	18
2.7.1	Strategi Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)	18
2.8	Penelitian Terkait.....	19
2.8.1	Kesimpulan Penelitian Terkait.....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Metode Penelitian.....	22
3.2	Teknik Pengumpulan Data	22
3.2.1	Observasi	22
3.2.2	Wawancara	23
3.2.3	Studi Dokumentasi	23
3.2.4	Studi Kepustakaan.....	23
3.3	Sistematika Penelitian	24
3.3.1	Pengumpulan Data	24
3.3.2	Analisis Data	24
3.3.3	Sintesis Data.....	24
3.4	Sistematika Perancangan	25
3.4.1	Pra Perancangan	25
3.4.2	Perancangan	26
3.4.3	Post Perancangan.....	26
3.5	Studi Kasus.....	26
BAB 4 DATA DAN PERANCANGAN.....		27
4.1	Pengumpulan Data	27
4.1.1	Data Hasil Wawancara.....	27
4.1.2	Data Observasi	28
4.1.3	Data Dokumentasi.....	29
4.1.4	Data Kuesioner.....	31
4.2	Sintesis Data	33
4.2.1	Analisis Perusahaan (Posisi Coffee).....	34

4.2.1.1	Analisis SWOT	34
4.2.2	Analisis Data Pengunjung	36
4.3	Konsep Kreatif.....	38
4.3.1	Konsep Verbal.....	38
4.3.2	Konsep Visual	39
4.4	Aransemen <i>Jingle</i>	41
4.5	Storyboard	42
4.6	Hasil Perancangan	45
4.6.1	Penjabaran Video	46
4.6.2	<i>Thumbnail</i>	59
4.6.3	<i>Caption</i>	60
4.6.4	Jadwal Tayang.....	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran	62
Daftar Pustaka.....		63

