

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, kami panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan ridho-Nya, Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program Studi Periklanan Tahun Akademik 2018/2019 ini dapat terselesaikan dengan baik. Panduan ini disusun untuk dijadikan acuan bagi mahasiswa Program Studi Periklanan untuk menyusun Tugas Akhir.

Tugas Akhir berupa strategi kampanye komunikasi pemasaran terpadu merupakan implementasi semua ilmu yang didapat selama mahasiswa berkuliah di program studi periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif.

Panduan Penyusunan Tugas Akhir ini terdiri atas lima bab, yakni pendahuluan, tinjauan pustaka, hasil pengumpulan data, strategi kampanye, dan penutup. Hal ini sesuai dengan profil capaian pembelajaran program studi Periklanan di mana mahasiswa dibekali dengan ilmu dan keterampilan pekerjaan dalam dunia periklanan, yang meliputi beberapa bidang, yakni *Account Services*, *Account Planner*, *Creative* dan *Media Planner*.

Akhir kata, semoga Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program Studi Periklanan Tahun Akademik 2018/2019 ini bermanfaat bagi mahasiswa yang menempuh Tugas Akhir dan dosen pembimbing. Kami menyadari masih banyak kekurangan dalam panduan ini. Oleh karena itu, kami mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan panduan ini.

Jakarta, Mei 2019

Koordinator Prodi Periklanan

M Rizky Kertanegara, S.S., M.Si.
NIP.198301152014041001

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Lampiran	v
BAB 1 FORMAT TUGAS AKHIR	1
BAB 2 FORMAT LAPORAN TUGAS AKHIR	5
2.1 BAGIAN AWAL	5
2.2 BAGIAN ISI	6
Bab I Pendahuluan	6
Bab II Tinjauan Pustaka	8
Bab III Hasil Pengumpulan Data	12
Bab IV Strategi Kampanye	12
Bab V Penutup	13
2.3 BAGIAN AKHIR	14
BAB 3 KETENTUAN SEMINAR, SIDANG, DAN REVISI	16
BAB 4 PENUTUP	18

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1	Halaman Judul
Lampiran 2	Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir
Lampiran 3	Lembar Pengesahan Tugas Akhir
Lampiran 4	Surat Pernyataan Keaslian Tugas Akhir
Lampiran 5	Surat Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah untuk Kepentingan Akademis
Lampiran 6	Abstrak (dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia)
Lampiran 7	Kata Pengantar
Lampiran 8	Daftar Isi [Ditulis dengan 1,5 spasi]
Lampiran 9	Kartu Bimbingan
Lampiran 10	Aturan Penggunaan Kertas, Penjilidan, dan Penggandaan

BAB I

FORMAT TUGAS AKHIR

Tugas Akhir merupakan karya ilmiah yang disusun berdasarkan kaidah keilmuan dan ditulis berdasarkan kaidah bahasa Indonesia melalui pembimbingan dari dosen agar memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sesuai keilmuannya masing-masing. Dalam sistem pendidikan politeknik, Tugas Akhir menjadi salah satu mata kuliah wajib dengan bobot 6 SKS yang harus ditempuh mahasiswa sebelum mengakhiri masa pendidikan Diploma III (Tiga).

Panduan Penyusunan Tugas Akhir ini diinisiasi Jurusan Penerbitan untuk memandu penulisan Tugas Akhir di Program Studi Penerbitan, Periklanan, Fotografi, dan Penyiaran agar sesuai dengan standar baku penulisan ilmiah. Standar penulisan ilmiah di Jurusan Penerbitan ini dibuat tanpa mengurangi keunikan setiap prodi.

Bidang keahlian dalam penyusunan Tugas Akhir Program Studi Periklanan mencakup kemampuan menyiapkan materi dan berbicara di depan klien (*Account Executive*), melakukan pengumpulan data sebagai bagian dari perencanaan kampanye (*Account Planner*), membuat eksekusi desain iklan untuk berbagai media (*Creative*), dan melakukan perencanaan media (*Media Planner*).

Strategi Kampanye Periklanan adalah rancangan program atau kegiatan tahunan atau musiman dari suatu produk atau jasa yang dipromosikan oleh suatu merek perusahaan. Tugas Akhir ini menekankan pada kemampuan para mahasiswa untuk mengangkat permasalahan yang ada, untuk kemudian melakukan pengumpulan data dan memberikan solusi strategi atau taktik yang tepat.

Setiap mahasiswa diharapkan untuk membuat judul Tugas Akhir dengan produk atau jasa yang berbeda. Jika pun mereka memilih produk atau jasa dari perusahaan multinasional yang sama, maka kategori produk atau jasanya harus berbeda. Dalam melaksanakan pembuatan Tugas Akhir ini pemilihan Produk atau Jasa harus sesuai dengan hasil konsultasi yang diberikan oleh pembimbing dan disetujui oleh Koordinator Program Studi Periklanan.

BAB II FORMAT LAPORAN TUGAS AKHIR

Laporan Tugas Akhir terdiri dari tiga bagian utama, yaitu Bagian Awal, Bagian Isi, dan Bagian Akhir. Berikut ini penjelasan per bagiannya.

2.1 BAGIAN AWAL

Bagian awal disebut juga bagian pembuka (*preliminaries*), meliputi:

- a. Halaman Judul, berisi judul Tugas Akhir dan identitas penulis.
- b. Lembar Persetujuan, berisi judul Tugas Akhir dan persetujuan Dosen Pembimbing I dan Pembimbing II, serta mengetahui Koordinator Program Studi, dan Ketua Jurusan (**dilampirkan pada saat sidang**).
- c. Lembar Pengesahan, berisi judul Tugas Akhir dan pengesahan dari Tim Penguji (**dibuat setelah dinyatakan lulus dan melakukan perbaikan sesuai hasil sidang**).
- d. Lembar Pernyataan Keaslian, berisi pernyataan penulis terhadap orisinalitas Tugas Akhir. Surat pernyataan ditandatangani di atas materai 6 ribu dan diserahkan ke sekretariat Jurusan.
- e. Lembar Pernyataan publikasi Karya Ilmiah untuk kepentingan akademis
- f. Abstrak, berisi intisari Tugas Akhir yang ditulis dalam satu paragraf, menggunakan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia pada halaman yang berbeda (minimal 100 kata dan maksimal 250 kata) serta dilengkapi dengan kata kunci.
- g. Kata Pengantar, berisi pengantar Tugas Akhir.
- h. Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang mendukung penyusunan Tugas Akhir. Urutannya disesuaikan dengan hierarki akademik, yaitu: Direktur, Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerjasama, Wakil Direktur Bidang Umum dan Keuangan, Wakil Direktur bidang Kemahasiswaan, Ketua Jurusan, Sekretaris Jurusan, Koordinator Program Studi, Pembimbing I (Satu), Pembimbing II (Dua), Dosen Periklanan, dan staf akademik.

- i. Daftar Isi, berisi judul bab, subbab, dan sub-subbab, yang disusun secara teratur menurut nomor halaman, diteruskan daftar pustaka, lampiran, dan biodata penulis.

2. 2 BAGIAN ISI

Bagian Isi terdiri atas 5 (lima) bab, yaitu Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Hasil Pengumpulan Data, Strategi Kampanye, dan Penutup.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Latar Belakang merupakan bagian yang penting sebagai titik tolak untuk memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai apa penyebab munculnya ide pembuatan Tugas Akhir. Secara konseptual, latar belakang mencakup tiga paparan data yang diperoleh dari berbagai sumber data sekunder, yakni:

- a. Kondisi Umum terkait Kategori Produk

Kondisi umum merupakan deskripsi dari situasi pasar terkait kategori produk yang diangkat dalam Tugas Akhir. Semisal, penjualan kategori minuman teh dalam kemasan terus menunjukkan kenaikan. Hal ini ditunjukkan oleh data penjualan atau data *market size* teh dalam kemasan empat tahun terakhir. Kenaikan ini juga didukung oleh perilaku konsumen masyarakat Indonesia yang lebih menggemari minum teh dibandingkan minuman ringan lainnya. Tunjukkan juga siapa saja pemain dalam kategori tersebut untuk menunjukkan seberapa ketat kompetisinya.

- b. Kondisi khusus terkait Produk

Kondisi khusus merupakan deskripsi dari situasi yang dihadapi oleh produk yang diangkat dalam Tugas Akhir. Semisal, Caaya merupakan merek teh dalam kemasan yang

dimiliki oleh perusahaan multinasional Danone. Meskipun mendapat dukungan distribusi dan promosi yang kuat dari perusahaan induknya, namun sejak kemunculannya, penjualan Caaya tidak sesuai yang diharapkan. Hal ini dapat ditunjukkan oleh data penjualan dari tahun awal diluncurkan hingga kini, data *market share* yang dikeluarkan oleh pihak ketiga, dan data survei pendukung yang berasal dari Top Brand Index.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berisi berbagai masalah yang telah dipaparkan pada Latar Belakang secara naratif. Pada bagian Identifikasi Masalah, masalah itu disajikan dalam bentuk penomoran (1, 2, 3 ,...) dalam bentuk kalimat pernyataan yang kontras seperti contoh berikut:

1. Meskipun pasar kategori teh dalam kemasan menunjukkan tren yang terus tumbuh, pesaing yang berkompetisi di kategori ini sangatlah banyak dan kompetitif.
2. Meskipun dikuasai oleh Teh Sosro, banyak pesaing yang baru yang ingin mencoba merebut pangsa pasar termasuk Caaya dari Danone.
3. Sejak kemunculannya, Caaya kurang mampu menarik perhatian konsumen pasar teh dalam kemasan yang ditunjukkan oleh data market share 3 tahun terakhir yang tidak beranjak pada angka 5 persen.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah ditekankan pada kompetensi mencari data, merancang strategi, dan menerapkan karya periklanan yang terintegrasi dalam periode musiman atau tahunan. Rumusan masalah ini menggunakan kalimat pertanyaan berupa kata tanya 'Bagaimana'. Contoh perumusan masalah dapat dituliskan sebagai berikut:

Bagaimana strategi kampanye yang tepat dilakukan untuk meningkatkan Brand Preference Caaya pada 2020?

1.4 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan menjelaskan secara khusus tujuan atau hal-hal yang ingin dicapai melalui pembahasan. Jumlah *item* pada Tujuan Penulisan harus sama dengan jumlah *item* pada Rumusan Masalah dan ditulis dengan kalimat pernyataan.

1.5 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan menunjukkan pentingnya pembahasan dilakukan, baik untuk pengembangan akademis dan praktis, maupun referensi untuk karya selanjutnya. Pembahasan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan dalam bahasan ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan garis besar pembahasan Tugas Akhir yang disusun yang dibuat dalam bentuk narasi per bab bahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka merupakan kata lain dari kajian pustaka atau dalam jenjang pendidikan yang lebih tinggi sering disebut Landasan Teori. Dalam jenjang pendidikan Diploma III (Tiga), pengembangan keilmuan difokuskan pada kemampuan menerapkan prinsip kerja berdasarkan teori yang sudah mapan. Oleh karena itu, dalam konteks penyusunan Tugas Akhir ini mahasiswa diminta hanya meninjau pustaka yang relevan. Tinjauan pustaka minimal meliputi tiga bagian, yakni (a) komunikasi, (b) pemasaran, (c) periklanan, dan (d) komunikasi pemasaran terpadu.

Konsep-konsep atau teori-teori tersebut biasanya diambil dari buku, jurnal atau artikel yang sudah

dipublikasikan, dan harus yang berhubungan dengan judul atau topik dari Tugas Karya Akhir. Beberapa konsep yang sebaiknya ada

a. Komunikasi

Penjelasan definisi dan fungsi secara umum dari komunikasi, tujuan komunikasi dan efek komunikasi.

b. Pemasaran

Penjelasan mengenai definisi dan fungsi pemasaran. Tujuan pemasaran serta bauran pemasaran (4P) atau (7P). Efek Pemasaran menggunakan model dasar AIDA. Kemudian strategi pemasaran yang di dalamnya terdapat definisi analisis makro dan mikro, strategi penentuan target market (geografis, demografis, psikografis), strategi positioning, strategi produk, harga, distribusi, dan promosi (push dan pull).

c. Komunikasi Pemasaran Terpadu

Penjelasan mengenai definisi dan tujuan dari aktivitas komunikasi pemasaran terpadu. Penjelasan elemen-elemen yang ada dalam komunikasi pemasaran terpadu (*advertising, direct marketing, sales promotion, public relations, personal selling dan digital marketing*).

d. Strategi Kreatif

Penjelasan mengenai proses kreatif dalam periklanan, piramida iklan, definisi dan fungsi *copy platform atau creative brief* dan elemennya (konsep komunikasi, target komunikasi, tone manner, USP, mandatory), serta penjelasan metode, teknik dan pendekatan pesan iklan.

e. Media Periklanan

Penjelasan mengenai jenis-jenis media periklanan, definisi perencanaan media, tujuan media, karakteristik media, dan jenis-jenis scheduling

f. Brand, Branding, dan Brand Equity (sesuaikan dengan tujuan)

Penjelasan mengenai definisi brand, tujuan melakukan branding, definisi dari brand equity dan elemennya.

Untuk mencegah plagiasi, terdapat tata cara pengutipan yang sah. Sebelum membahas teknik pengutipan, perlu dijelaskan bahwa pengutipan adalah penggunaan sumber pustaka berupa teori, konsep, ide, atau jenis lainnya yang berasal dari makalah, laporan tugas akhir, skripsi, tesis, disertasi, buku, majalah, surat kabar, maupun laman (*website*) di internet, baik secara langsung maupun tidak langsung. Catatan perkuliahan, pendapat dosen yang tercantum dalam *handout* atau diktat, sumber internet yang berasal dari Wikipedia atau blogspot bukan merupakan sumber pustaka yang sah dan tidak dapat digunakan sebagai referensi karya ilmiah seperti Tugas Akhir.

a. Kutipan Langsung

Kutipan langsung adalah kutipan yang ditulis sama persis dengan sumber aslinya, baik bahasa maupun ejaannya. Kutipan yang panjangnya kurang dari empat baris dimasukkan ke dalam teks, ditik seperti ketikan teks pada umumnya, diawali dan diakhiri dengan tanda petik (“”). Sumber rujukan ditulis langsung sebelum atau sesudah teks kutipan. Rujukan ditulis di antara tanda kurung, dimulai dengan nama akhir sebagaimana tercantum dalam daftar pustaka, tanda koma, tahun terbitan, titik dua, spasi, dan diakhiri dengan nomor halaman (Penulis, Tahun: Halaman). Kutipan yang terdiri dari empat baris atau lebih, ditik satu spasi, dimulai tujuh ketukan dari batas tepi kiri. Sumber rujukan ditulis langsung sebelum teks kutipan. Berikut ini contoh kutipan langsung pendek yang diikuti dengan *innote* (catatan perut). Catatan perut berhubungan dengan kutipan berupa rangkuman yang digunakan untuk mendukung ide atau gagasan yang akan kita sampaikan.

Kebudayaan adalah segala hal yang dimiliki manusia, yang hanya diperolehnya dengan belajar dan menggunakan akalnyanya. Koentjaraningrat (2005: 11) berpendapat, “Manusia dapat berjalan karena kemampuan untuk berjalan itu didorong oleh nalurnya, dan terjadi secara alamiah.” Selanjutnya, ia (Koentjaraningrat, 2005: 13) berkesimpulan,

Kebudayaan adalah segala pikiran dan perilaku manusia yang secara fungsional dan disfungsional ditata dalam masyarakatnya. Kata disfungsional tentu mengacu ke unsur “sampah” yang secara pasti dihasilkan oleh manusia di tempat mana pun di dunia ia berada, berkaitan dengan semua unsur kebudayaannya...

Apabila pengutip memandang perlu untuk menghilangkan beberapa bagian kalimat, pada bagian itu diberi titik sebanyak tiga buah. Bila pengutip ingin menghilangkan satu kalimat atau lebih, maka pada bagian yang dihilangkan tersebut diganti dengan titik-titik sepanjang satu baris. Apabila pengutip ingin memberi penjelasan atau menggarisbawahi bagian yang dianggap penting, pengutip harus memberikan keterangan. Keterangan tersebut berada di antara tanda kurung, misalnya: (garis bawah oleh pengutip). Apabila penulis menganggap bahwa ada suatu kesalahan dalam kutipan, dapat dinyatakan dengan menuliskan simbol (sic!) langsung setelah kesalahan tersebut. Kutipan langsung ditampilkan untuk mengemukakan konsep atau informasi sebagai data. Titik-titik sepanjang satu baris menandai penghilangan sebuah kalimat, titik-titik sebanyak tiga menandai penghilangan kata, dan (sic!) menandai adanya kesalahan dalam kalimat.

Apabila kutipan langsung lebih dari 5 baris, maka kutipan dituliskan dengan ukuran font 10, dengan letaknya menjorok ke dalam.

Beloch (2000: 434), sesudah memberi gambaran tentang Orphisme, mengungkapkan:

“Tetapi bangsa Yunani adalah orang-orang yang terlampau penuh gairah sehingga sulit terjadi penerimaan luas atas keyakinan yang mengingkari dunia kini serta memindah kehidupan nyata ini ke Akhirat. Dengan demikian ajaran Orphis hanya berlaku terbatas di kalangan para penganjurnya yang relatif kecil, tanpa sedikit pun menimbulkan pengaruh pada agama negara, bahkan tidak pula terhadap komunitas-komunitas yang, seperti orang Athena, telah menggabungkan perayaan agama itu kedalam ritual Negara dan melindunginya secara legal. Diperlukan satu milenium penuh sebelum keyakinan-keyakinan tersebut dengan dandanan teologis yang amat berbeda mendapat kemenangan di dunia Yunani”

b. Kutipan Tidak Langsung

Kutipan tidak langsung adalah kutipan yang tidak sama persis dengan aslinya. Pengutip hanya mengambil pokok pikiran dari sumber yang dikutip untuk dinyatakan kembali dengan kalimat yang disusun oleh pengutip. Kalimat-kalimat yang mengandung kutipan ide tersebut ditulis dengan spasi rangkap sebagaimana teks biasa. Sumber rujukan dapat ditulis sebelum atau sesudah kalimat-kalimat yang mengandung kutipan. Apabila ditulis sebelum teks kutipan, nama akhir sebagaimana tercantum dalam daftar pustaka masuk ke dalam teks, diikuti dengan tahun terbitan di antara tanda kurung. Apabila ditulis sesudah teks kutipan, rujukan ditulis di antara tanda kurung, dimulai dengan nama akhir sebagaimana tercantum dalam daftar pustaka, titik dua, dan diakhiri dengan tahun terbitan.

Sweeney (1998: 2—5) menegaskan bahwa pengertian kelisanan sedikit memuaskan apabila dibicarakan dalam konteks interaksinya dengan tradisi

tulisan. Selanjutnya, pengungkapan kelisanan tersebut disampaikan terutama dengan mengandalkan faktor ingatan (Ong, 1982: 8).

Catatan:

Apabila buku ditulis oleh lebih dari satu orang, di belakang nama penulis pertama ditulis “dkk”, misalnya: (Kleden, dkk., 2005: 18).

Apabila kutipan berasal dari dua buku dengan nama dan tahun sama, diberi tambahan huruf a dan b di belakang tahun terbit, misalnya: Koentjaraningrat (2005a: 25) dan Koentjaraningrat (2005b: 44).

Sumber lebih dari satu, yang merupakan kesimpulan dari beberapa statemen penulis dipaparkan seperti contoh berikut ini.

Sampai sejauh ini, bidang-bidang studi semiotika sangatlah beragam, mulai dari kajian perilaku komunikasi hewan (*zoosemiotics*) sampai dengan analisis atas sistem-sistem pemaknaan seperti komunikasi tubuh (kinesik dan proksemik), tanda-tanda bebauan (*olfactory signs*), teori estetika, retorika dan seterusnya (lihat Eco, 1979: 9-14; Hawkes, 1978: 124).

Keterangan:

Eco (Umberto Eco) adalah sumber pertama, sedangkan Hawkes (Terence Hawkes) adalah sumber kedua.

Penulis berarti mengutip dengan teknik menyimpulkan dari dua pernyataan dengan sumber (buku) yang berbeda.

BAB III

HASIL PENGUMPULAN DATA

3.1 Profil Produk

Pada profil produk ini mencakup Gambaran profil, Sejarah Produk, dan Spesifikasi Produk.

3.2 Aktivitas Promosi Produk

Pada aktivitas promosi ini mencakup aktivitas promosi yang dilakukan oleh merek kategori yang dipilih sebagai objek Tugas Akhir dalam dua tahun terakhir. Pada bagian ini, kegiatan periklanan, dan elemen lainnya seperti humas, promosi penjualan, dan penjualan pribadi dipaparkan.

3.3 Aktivitas Promosi Produk Pesaing

3.4 Hasil Kuesioner atau Wawancara

3.5 Analisis SWOT (*Strengths-Weaknesses, Opportunities, Threngths*)

3.6 Masalah dan Solusi

BAB IV

STRATEGI KAMPANYE

Bab ini berisi uraian-uraian sesuai dengan rumusan masalah poin terakhir. Poin pembahasan pada bab ini meliputi:

1. Situasi atau kondisi produk berdasarkan hasil riset produk dan khalayak termasuk Analisis Internal dan Eksternal termasuk rintangan dan peluang pemasaran dan analisis makro dan mikro
2. Strategi Kampanye Komunikasi Pemasaran Terpadu termasuk penentuan tujuan dan promotion mix, termasuk penentuan dan alokasi budget untuk setiap elemen.

3. Strategi Kreatif mencakup tujuan dalam creative brief, beserta draft desain iklannya
4. Strategi Media mencakup penentuan tujuan, strategi, pemilihan media, dan scheduling media, termasuk rincian anggaran

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan haruslah menjawab Rumusan Masalah dan Tujuan Penulisan. Simpulan diambil berdasarkan hasil pembahasan dan merupakan gambaran umum seluruh bahasan yang telah dipaparkan pada Bab III dan IV. Simpulan diuraikan secara ringkas, jelas, padat, dan sistematis serta dalam bahasa yang komunikatif tentang penemuan-penemuan yang diperoleh dalam pembahasan.

5.2 Saran

Saran berisi rekomendasi penulis kepada pihak-pihak yang terkait, baik perorangan maupun lembaga/instansi. Saran yang diberikan hendaknya bersifat membangun. Selanjutnya, saran yang berhubungan dengan pembahasan Tugas Akhir dapat diberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif, Penulis selanjutnya, dan Pembaca pada umumnya. Saran dirumuskan secara lugas, operasional, dan relevan.

2.3 BAGIAN AKHIR

Bagian Akhir mencakup Daftar Pustaka, Biodata Penulis, Halaman Cover DVD, dan Lembar Pembimbingan.

1. Daftar Pustaka

- a. Penulisan buku terurut berdasarkan abjad nama penulis setelah diindex.

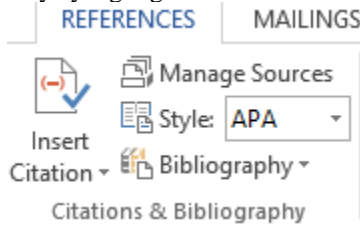
- b. Terdiri dari empat bagian, yaitu Nama_Penulis.Tahun_Terbit.Judul_Tulisan.Kota: Nama_Penerbit.
- c. Nama Penulis dimulai dengan nama keluarga, diikuti dengan tanda koma, kemudian nama pertama.
- d. Bila nama penulis dua atau tiga orang, hanya nama orang pertama yang menggunakan aturan butir (3), selebihnya mengikuti aturan yang tertera pada referensi.
- e. Bila nama penulis empat atau lebih, hanya dituliskan nama orang pertama seperti aturan butir (3) diikuti dengan *et al* atau **dkk**.
- f. **Minimal 6 (enam) buku referensi (buku cetak, buku digital, dan ebook) yang dipakai dan buku referensi tersebut merupakan terbitan di atas tahun 2007, tidak termasuk referensi URL.**

DAFTAR PUSTAKA

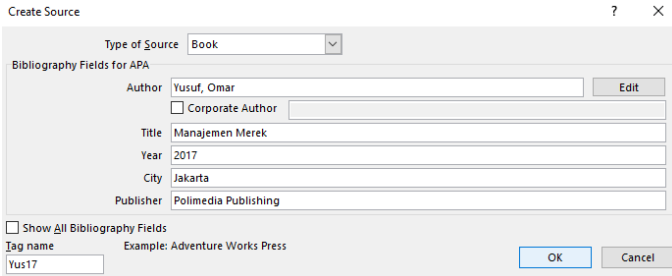
- Afrido, R. (2014, April 16). Diakses pada April 25, 2014, dari <http://m.sindonews.com/read/2014/04/16/113/854708/konvensi-capres-demokrat-tetap-dilanjutkan>
- Amrullah, A. (2013, Agustus 24). *Irman Yakin tak ada Dikotomi di Konvensi Capres Demokrat*. Diakses pada Februari 4, 2014, dari <http://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/13/08/24/ms17kw-irman-yakin-tak-ada-dikotomi-di-konvensi-capres-demokrat>
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya* (2 ed.). Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. W., & Fross, K. A. (2002). *Theories of Human Communication* (7th ed.). Belmont: Wadsworth.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha and Oprah*. Createspace Independent.

Teknik Mengutip dalam Microsoft Word

- Masuk ke dalam sub bagian References
- Gaya yang digunakan adalah APA

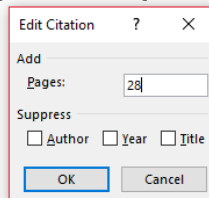


- Setiap akhir kalimat kutipan masukkan sumber menggunakan insert citation, kemudian add source baru
- Tentukan sumber kutipan, buku, jurnal, artikel, dokumen, atau website
- Lengkapi setiap kotak yang dibutuhkan, seperti Penulis, tahun terbit, judul, penerbit, Kota untuk sumber buku artikel dan jurnal.



- Setelah itu klik OK, kemudian update halaman kutipan dari citation tersebut. Contoh:

Manajemen merek adalah suatu rangkaian kegiatan komunikasi yang harus direncanakan dengan matang antara organisasi dengan publiknya, baik secara interpersonal maupun massa, untuk mencapai tujuan spesifik: (Yusuf, 2017)



- Lengkapi setiap kotak yang dibutuhkan, seperti nama penulis artikel, nama website, nama webpage, tanggal, bulan, tahun

diterbitkan, tanggal, bulan, tahun diakses, dan url link-nya

Create Source

Type of Source: Web site

Bibliography Fields for APA

- * Name of Web Site: kompas.com
- Editor: [] Edit
- Producer Name: [] Edit
- Production Company: []
- * Year: 2015
- * Month: Agustus
- * Day: 17
- Year Accessed: 2017
- Month Accessed: April
- Day Accessed: 8
- * URL: http://bisnis.kompas.com/strategi-membangun-merek-era-digital

Show All Bibliography Fields * Recommended Field

Tag name: Yus15 Example: 2006

OK Cancel

Contoh daftar pustaka

Menggunakan Microsoft Word, masuk ke sub References kemudian klik Bibliography, Insert References.

REFERENCES MAILINGS REVIEW VIEW Foxit PDF

Insert Citation Bibliography

Manage Sources Style: APA Bibliography

Built-In Bibliography

Bibliography

Chen, J. (2003). *Citations and References*. New York: Contoso Press.

Haas, J. (2005). *Creating a Formal Publication*. Boston: Proseware, Inc.

Kramer, J. D. (2006). *How to Write Bibliographies*. Chicago: Adventure Works Press.

References

References

Chen, J. (2003). *Citations and References*. New York: Contoso Press.

Haas, J. (2005). *Creating a Formal Publication*. Boston: Proseware, Inc.

Kramer, J. D. (2006). *How to Write Bibliographies*. Chicago: Adventure Works Press.

References

Automatic bibliography (labeled)

2 Biodata Penulis

Penulisan Biodata Penulis dibuat seperti Anda membuat Daftar Riwayat Hidup, mulai dari nama, tempat dan tanggal lahir, jenis kelamin, alamat, pendidikan, pengalaman berorganisasi, dan lainnya. Biodata Penulis dilengkapi dengan foto formal, disusun dalam satu halaman dengan desain yang menarik.

3 Lembar Pembimbingan

4 Dokumentasi Seminar Tugas Akhir

5 Lampiran Pendukung (jika ada)

Dalam Lampiran, diberi keterangan tulisan lampiran pada halaman tersebut, seperti Lampiran 1, 2, 3, dan seterusnya.

BAB III

PEMBIMBINGAN, SIDANG, DAN REVISI

Sehubungan dengan penulisan Tugas Akhir ini, telah ditetapkan beberapa peraturan sebagai berikut

1. Mahasiswa yang diperbolehkan mulai menyusun Tugas Akhir ini adalah mereka yang telah lulus semua mata pelajaran dan telah menyelesaikan seluruh ketentuan/kewajiban administrasi.
2. Setiap mahasiswa akan dibimbing oleh 2 (dua) Pembimbing yang memiliki peran yang berbeda, yakni.
 - a. Pembimbing I lebih berperan sebagai pembimbing utama tentang penentuan strategi kampanye komunikasi pemasaran terpadu.
 - b. Pembimbing II memiliki peran sebagai pembimbing pendamping konsep materi strategi kampanye komunikasi pemasaran terpadu termasuk tata cara penulisan ilmiah.
3. Bimbingan dan konsultasi berkenaan dengan penyusunan proposal dilakukan minimal 6 (enam) kali.

Setelah proses pembimbingan selesai, mahasiswa dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti Sidang Tugas Akhir. Pada Sidang Tugas Akhir, mahasiswa diwajibkan mempresentasikan Tugas Akhir di hadapan Tim Penguji. Komponen yang dinilai dalam Tugas Akhir ini terdiri atas 4 (empat) unsur, yakni.

1. Isi / Materi

Penilaian diberikan bobot dari isi atau materi yang dipresentasikan, antara lain dilihat dari kemampuan siswa dalam hal

- a. Menemukan permasalahan yang terjadi dengan melakukan riset pendahuluan

- b. Memberikan solusi yang tepat melalui perencanaan aktifitas kegiatan komunikasi pemasaran terpadu
 - c. Konsep kreatif meliputi pencarian Big Idea hingga implementasi.
 - d. Perencanaan Media yang tepat
2. Penyajian / Presentasi
- Penilaian diberikan dari cara mahasiswa mempresentasikan kampanye tersebut, dengan melihat beberapa unsur, antara lain
- a. Penguasaan terhadap materi yang disajikan
 - b. Cara dan teknik mempresentasikannya
 - c. Kesiapan dan kemampuan berbicara
 - d. Kerapian dan penampilan
3. Teknik Penulisan
- Penilaian diberikan terhadap kemampuan mahasiswa menulis, yang dapat dilihat dari
- a. Kelengkapan isi
 - b. Sistematika penulisan
 - c. Kerapian dan tatacara penulisan sumber yang benar
 - d. Penggunaan bahasa Indonesia yang baik.

Persyaratan mengikuti Sidang Tugas Akhir adalah

1. Mendapat persetujuan dari Kedua Dosen Pembimbing.
2. Mencetak Tugas Akhir sebanyak 3 (tiga) buah untuk Tim Penguji, laporan dijilid.
3. Menyerahkan Asli Kartu Bimbingan Tugas Akhir dan Nilai Bimbingan.
4. Membuat Presentasi (Maksimal 20 slide).
5. Menyerahkan Fotokopi Bukti Registrasi Semester 6.
6. Menyerahkan dua lembar Materai 6.000

Status Hasil Sidang Tugas Akhir adalah

1. Lulus Tanpa Perbaikan
2. Lulus dengan Perbaikan Minor
3. Lulus dengan Perbaikan Mayor
4. Ditangguhkan (Penjadwalan Sidang Ulang karena mahasiswa tidak siap)
5. Tidak Lulus

Persyaratan Penyerahan Revisi Tugas Akhir adalah

1. Hardcover bertanda tangan
2. CD File Laporan
3. Dummy Produk (Banner, Merchandise, dll)
4. Infografis TA (Cetak ukuran A3)
5. Poster Produk (Cetak ukuran A3 dalam bentuk Word, Indesign, atau PDF)
6. Menyerahkan CV, bukti-bukti kegiatan atau prestasi mahasiswa selama kuliah (Untuk SKPI).
7. Sumbangan Buku untuk Perpustakaan Prodi (dua buku baru/bekas tapi layak, tahun terbit 2010 ke atas)
8. Sumbangan Dua Buah Buku Baru untuk Perpustakaan PoliMedia (Tebal di atas 100 halaman dan tahun terbit di atas tahun 2010)
9. Mengisi Pendaftaran Wisuda Online
10. Membayar Biaya Wisuda
11. Foto untuk Ijazah ukuran 4X6 dua lembar (latar merah)
Pria : Setelan Jas warna Hitam, Berdasi
Wanita : Blazer Hitam (Kerudung Putih)

BAB IV

PENUTUP

Demikian Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program Studi Periklanan ini dibuat untuk dapat dijadikan pedoman bagi mahasiswa dan Dosen Pembimbing pada Program Studi Periklanan Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada Tahun Akademik 2018/2019. Selamat berkarya.

TIM PENYUSUN

Suratni, S.S., M.Hum.
Ronald Mongkau, S.E., M.M.
M Rizky Kertanegara S.S., M.Si

Lampiran 1 Halaman Judul

Semua 14 Pts, Spasi 1.15

Contoh



Lamp-1

**Lampiran 2 Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir
Semua 12 Pts, Spasi 1.15**

Contoh

**STRATEGI KAMPANYE “LINKAJA SEGALANYA”
UNTUK MENINGKATKAN PREFERENSI MEREK
LINKAJA TAHUN 2020**

Oleh
NAMA KU BAGUS
NIM: 11310018

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, Senin 1 Agustus 2019.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Nama + Gelar
NIP

Nama + Gelar
NIP

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan,

Koordinator Prodi Periklanan,

Nama + Gelar
NIP

Nama + Gelar
NIP

**Lampiran 3 Lembar Pengesahan Tugas Akhir
Semua 12 Pts, Spasi 1.15**

Contoh

**STRATEGI KAMPANYE “LINKAJA SEGALANYA”
UNTUK MENINGKATKAN PREFERENSI MEREK
LINKAJA TAHUN 2020**

Oleh
NAMA MAHASISWA
NIM: 11310018

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan
di hadapan Tim Penguji pada
Senin, 17 Agustus 2019.

Disahkan oleh,
Ketua Penguji

Nama Ketua Penguji + Gelar
NIP Ketua Penguji

Pembimbing 1

Anggota Penguji

Nama + Gelar
NIP Anggota 1

Nama + Gelar
NIP Anggota 2

**Lampiran 4 Surat Pernyataan Keaslian Tugas Akhir
Semua 12 Pts, Spasi 1.15**

Contoh

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :

NIM :

Angkatan :

Program Studi :

Tahun Akademik : 2018/2019

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

.....

.....

..... adalah **asli, belum pernah dibuat oleh pihak lain, semua data dan sumber telah dicantumkan sesuai ketentuan akademis.**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, tanggal-bulan-tahun

Yang menyatakan,

Materai 6000

Tanda tangan

(Nama Lengkap Mahasiswa)

NIM Mahasiswa

**Lampiran 5 Surat Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah
untuk Kepentingan Akademis. Semua 12 Pts, Spasi 1.15
Contoh**

**SURAT PERNYATAAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :

NIM :

Angkatan :

Program Studi :

Tahun Akademik : 2018/2019

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

.....
.....
.....
.....

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, tanggal-bulan-tahun

Yang menyatakan,

Materai 6000

Tanda tangan

(Nama Lengkap Mahasiswa)

NIM Mahasiswa

Lampiran 6 Abstrak

Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Terdiri dari 100-250 kata dan diberi 3-5 kata kunci. **Semua 12 Pts dan spasi 1.** Tuliskan latar belakang, tujuan penulisan, teori, metode, pembahasan, dan simpulan.

Contoh

<i>ABSTRACT</i>
<i>The purpose of this study is to observe/ The study aims at / The writer wants to find out</i>
<i>The theories used are / The writer applies theories of</i>
<i>The writer uses a qualitative descriptive method to describe/ In this study, the writer applies a descriptive study in order to.....</i>
<i>The results show that / In fact, / Based on the discussion, it can be concluded that</i>
Keywords:,,
ABSTRAK
Tujuan penulisan Tugas Akhir ini / Tugas Akhir ini bertujuan untuk / Penulis ingin mencari tahu
Teori yang digunakan adalah / Penulis menggunakan teori
Penulis menggunakan metode deskriptif untuk / Dalam Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data
Hasilnya menunjukkan bahwa / Faktanya, / Berdasarkan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa
Kata Kunci:,,

Lampiran 7 Kata Pengantar

Kata Pengantar mencakup ungkapan syukur atas terselesaikannya Tugas Akhir dan ucapan terima kasih kepada semua pihak. **Semua 12 Pts, spasi 1,5 dan maksimal 2 (dua) halaman.**

Contoh

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul Tugas Akhir ini adalah

Penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat khususnya orang tua penulis. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Purnomo Ananto M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora M.M., Wakil Direktur I Bidang Akademik dan Kerjasama.
3. Drs. Nasrudin, MAP., Wakil Direktur II Bidang Umum dan Keuangan.
4. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., Wakil Direktur III Bidang Kemahasiswaan
5. Suratni, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Periklanan.
6. Ronald Mongkau M.M., Sekretaris Jurusan Periklanan.
7. Rizky Kertanegara, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
8., Dosen Pembimbing I.
9., Dosen Pembimbing II.
10. Para Dosen dan Staf Jurusan Periklanan serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama 3 (tiga) tahun penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Instansi Terkait
12. Teman-teman

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapakan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis

Lampiran 8 Daftar Isi

Semua 12 Pts dan spasi 1,5

Contoh

Halaman Judul	
Lembar Pengesahan Tugas Akhir	
Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir	
Surat Pernyataan Keaslian Tugas Akhir	
<i>Abstract</i>	
Kata Pengantar	
Daftar Isi	
Daftar Gambar	
Daftar Tabel	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang
1.2	Identifikasi Masalah
1.3	Rumusan Masalah
1.4	Tujuan Penulisan
1.5	Manfaat Penulisan
1.6	Sistematika Penulisan
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1	...
2.2	...
2.3	...
BAB III HASIL PENGUMPULAN DATA	
3.1	Data Perusahaan dan Produk
3.1.1	Data Perusahaan
3.1.2	Data Produk
3.2	Hasil Kuesioner/Wawancara
3.2.1	Hasil
3.2.2	Analisis SWOT
3.3	Masalah dan Solusi
BAB IV Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	
4.1	Analisis Situasi
4.2	Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu
4.3	Strategi Kreatif
4.4	Strategi Media
BAB V PENUTUP	
5.1	Simpulan
5.2	Saran
Daftar Pustaka	
Lampiran-Lampiran	

Lampiran 9 Kartu Bimbingan

**KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

Nama Mahasiswa : -----
NIM : -----
Judul : -----

Pembimbing : -----

No.	TANGGAL	URAIAN/PEMBAHASAN	PARAF
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

Minimal bimbingan sebanyak 8 (delapan) kali

Jakarta, 2019
Ketua Jurusan Penerbitan, Koordinator Prodi Periklanan

Suratni, S.S., M.Hum.
NIP. 198310242009122002

Rizky Kertanegara, S.S., M.Si.
NIP. 198301152014041001

Lampiran 10 Aturan Penggunaan Kertas, Penjilidan, dan Pengandaan

Tugas Akhir dicetak pada kertas HVS berukuran A4 (210 mm x 297 mm) dan berat 80 gr/m² (HVS 80 GSM). Ukuran margin naskah TKA dari tepi kertas pada **sisi kiri dan bawah adalah 4 cm** untuk mengantisipasi penjilidan dan penomoran halaman, sedangkan kedua sisi yang lain, yaitu **atas dan kanan adalah 3 cm**. Keseluruhan kertas harus seragam dalam ukuran, berat, dan teksturnya.

Mahasiswa bertanggung jawab atas pengandaan dan fotokopi Tugas Akhirnya.

- 1) Naskah dicetak satu muka (tidak bolak-balik).
- 2) Jenis huruf yang digunakan adalah “Times New Roman” dengan standar font 12 pt
- 3) Ukuran huruf untuk Judul Bab adalah 14 dengan menggunakan huruf besar.
- 4) Baris-baris kalimat naskah Tugas Akhir diketik **dua spasi**.
- 5) Kata terakhir pada halaman tidak boleh dipotong strip (*hyphenated*). Apabila ruang yang tersedia untuk mengetik seluruh kata terlalu sempit, kata tersebut harus diletakkan di halaman berikutnya.
- 6) Spasi Satu (*single spacing*) digunakan pada kutipan, abstraksi, gambar, tabel, diagram, judul lebih dari satu baris, dan daftar pustaka.
- 7) Seluruh halaman pada Tugas Akhir harus diberi nomor halaman kecuali halaman judul.
- 8) Nomor halaman huruf romawi kecil (i, ii, ,iii, iv, dan seterusnya) digunakan di halaman pembuka, yaitu: Halaman Judul, Lembar Persetujuan TA, hingga Daftar Isi, Daftar Gambar, dan Daftar Tabel (jika ada).
- 9) Nomor halaman menggunakan huruf Arab (1, 2, 3, 4, dan seterusnya) dipakai pada halaman isi, daftar pustaka, dan lampiran serta disusun secara berurutan dimulai dengan angka 1.
- 10) Nomor halaman ditempatkan di sisi kanan bawah kecuali pada halaman BAB ditempatkan di sisi tengah bawah

- 11) Huruf pertama paragraf baru dimulai dengan menjorok (*indent*) 1 cm dari tepi kiri naskah. Jangan memulai paragraf baru pada dasar halaman, kecuali apabila cukup tempat untuk sedikitnya dua baris. Baris terakhir sebuah paragraf jangan diletakkan pada halaman baru berikutnya, tinggalkan baris terakhir tersebut pada dasar halaman.
- 12) Bab baru diawali di halaman baru.
- 13) Bentuk penjilidan adalah **HARDCOVER**, dengan pita dan pembatas **warna oranye (jingga)**.
- 14) Penggandaan Tugas Akhir *hardcover sebanyak 3* (tiga) eksemplar untuk Jurusan, Program Studi dan Perpustakaan.