

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Febrianty, F., Sitanggang, A. O., ... & Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yayasan Kita Menulis.
- Cangara, Hafield. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Deddy, M. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal 181.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen periklanan: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Ilhamsyah, I. (2021). *Pengantar strategi kreatif Advertising Era Digital*. Penerbit Andi.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.
- Mamik, M. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama PUBLISHER.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosisoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Santoso, Anggoro. 2020. *Petunjuk Penting untuk Anak Advertising*. Bogor: Halamanmoeka
- Samsu, S. (2017). *Metode Penelitian:(Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. PUSAKA.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Sigit, S. (2009). *Creative Advertising*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Penerbit Alfabet.
- Widhayani, A. (2020). *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster*. Riau: Yayasan Hidayatul Mubtadi'in.

Yin, R. K. (2020). *Studi kasus: Desain & Metode*. PT Raja Grafindo Persada.

JURNAL

Andra, S. (2017). Efektifitas Penggunaan Media Luar Ruang Dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(2). 18 November 2022.

[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/06/EJOURNAL%20SYAIF%20\(FORMAT%20ONLINE\)%20\(06-13-17-08-21-33\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/06/EJOURNAL%20SYAIF%20(FORMAT%20ONLINE)%20(06-13-17-08-21-33).pdf)

Anggraeny, A., & Aurumajeda, T. (2019). PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) BERUPA ANIMASI MOTION GRAPHIC TENTANG LARANGAN MEMBUANG SAMPAH SEMBARANGAN DI JALAN MAHAR MARTANEGARA KOTA CIMAHI. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 1(1). 18 November 2022.

<https://journalkreatif.sttbandung.ac.id/index.php/files/article/download/5/5>

Azharie, Suzy. dan Octavia Kusuma. 2014. Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritas di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*. Tersedia dari: 18 November 2022.

<https://oneseach.id/Record/IOS1654.article-1728>

Chrysta Ayudia, E. (2020). *ANALISIS STRATEGI RESTORAN KALASAN KUALANAMU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DHARMAWANGSA). 18 November 2022.

<http://repository.dharmawangsa.ac.id/id/eprint/399>

Kartikawati, D. (2021). Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Cawang AC Pro PT Gobel Dharma Nusantara di Masa Pandemi Korona. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(2). 18 November 2022.

<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/1836>

Kartini, D. (2015). Analisis Semiotika Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi Vaseline Men Body Lotion Versi 'Darius Sinathrya.'. *Jurnal Ilmu Komunikasi*,

3(4). 18 November 2022. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/eJournal%20\(11-16-15-04-33-14\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/eJournal%20(11-16-15-04-33-14).pdf)

Kumala, M., Oktaviani, R., & Maulana, A. (2017). Strategi Bisnis PT. Pariwisata Advertising di Industri Media Luar Ruang DKI Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 3(1), 35-35. 18 November 2022. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/14874>

Kurniawan, J. D., & Oemar, E. A. B. (2020). PERANCANGAN MEDIA PERIKLANAN DALAM MEMPROMOSIKAN TAMAN HUTAN BAMBU KEPUTIH. *BARIK*, 1(3), 127-140. 18 November 2022. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/36114>

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151. 18 November 2022. <https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/view/102>

Muhardani, E., Astuti, L., & Octaviani, V. (2018). STRATEGI KREATIF DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT ‘BENGKULU POROS MARITIM DUNIA’ DI BENGKULU EKSPRESS TELEVISI. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 5(1). 18 November 2022. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/708>

Prisanastiti, A. R., & Radjaguguk, D. L. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI SIARAN RADIO GEN 98.7 FM JAKARTA DALAM PROGRAM SIARAN DJ SORE UNTUK MEMPERTAHANKAN PENDENGAR. *Populis: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2). 18 November 2022. <http://journal.unas.ac.id/populis/article/view/952>

Putra, A., & Hasan, I. (2018). PERANAN PROMOSI KESEHATAN DALAM PENGENDALIAN PEROKOK AKTIF (Studi Kasus Pada Center for Tobacco Control Studies Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial &*

Ilmu Politik, 3(1). 18 November
2022. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/download/6642/2685>

Samosir, B. A., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Iklan pada Keputusan Pembelian melalui Sikap Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(3), 254-261. 19 Februari 2023. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/5583>

Sulaiman, M. N. Z. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran perumahan okaz mansion di ponorogo* (Doctoral dissertation, UIN Snan Ampel Surabaya). 18 November 2022. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/47984>

Yuhandari, M. R. M. R., Safari, E. A., & Hidayattuloh, M. (2020). Perancangan Strategi Promosi Scoop And Skoop Di Kota Bandung. *eProceedings of Art & Design*, 7(2). 18 November 2022. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/13046>

Yuristiadhi, G., & Sari, S. D. L. (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL Journal of Communication*, 2(2). 18 November 2022. https://www.researchgate.net/profile/Ghifari-Masyhari-Makhasi/publication/323181013_STRATEGI_BRANDING_PARIWISATA_INDONESIA_A_UNTUK_PEMASARAN_MANCANEGARA/links/5c5d62aba6fdccb608afbe26/STRATEGI-BRANDING-PARIWISATA-INDONESIA-UNTUK-PEMASARAN-MANCANEGARA.pdf

LAMPIRAN

Lampiran I:

TRANSKRIP OPEN CODING KEY INFORMAN

Narasumber : Zaitun Nisa, SE. (perempuan)

Jabatan : *Marketing Commnucication* PT. Bulisu Properti Cendekia

Lokasi : Kantor Bulisu, Jl. Permata Curug, Ruko Griya Cendekia, Blok F.1 No. 7, Desa Curug, Kec. Gunung Sindur, Kab. Bogor, Kota Bogor.

Waktu : Senin, 16 Januari 2023, Pukul 10.00 – 10.30 WIB

Interviewer : Julia Fairuz Putri

P : Pewawancara

I : Informan

Konsep	Transkrip	Intisari
Strategi Kreatif Perancangan Iklan	<p>P: Selamat pagi, bu Nisa. Aku izin mulai ya bu, untuk wawancaranya</p> <p>I : Iya boleh</p> <p>P: Apakah PT. Bulisu Properti Cendekia dalam memasarkan produknya memiliki sebuah strategi? Kemudian, untuk membuat strategi pemasarannya bagaimana? Apakah ada rapat atau diskusi dulu?</p> <p>I: Oh, Ada. Strategi Pemasarannya banyak</p> <p>Bisa dari iklan, dan pake media, misalnya spanduk. Dan kita lebih banyaknya ke media online juga sih, seperti IG ads, Instagram, terus FB ads. Lalu, untuk membuat strateginya dari kita ada planningnya. Kita pake</p>	Perencanaan strategi kreatif percancangan iklan

	<p>planning, pake jadwal. Nanti baru diesekusi.</p>	
	<p>P: lalu, untuk membuat strategi sebelumnya harus mengumpulkan informasi seperti data dulu ya, bu? I: Iya, benar.</p> <p>P: Bagaimana tim pemasaran untuk pengumpulan informasi dan data tersebut?</p> <p>I: Untuk pengumpulan data, kalo kita biasanya liat yang lagi naik sekarang, misalnya cara pengumpulan datanya seperti survey dari peminat yang banyak yaitu sekarangkan lagi banyaknya di Instagram, berarti kita untuk pemasangan iklannya di Instagram seperti itu, jadi kita mencari apa yang sedang ramainya.</p>	<p>Pengumpulan data dan informasi</p>
	<p>P: Untuk mendapatkan ide dari strategi perancangan iklannya bagaimana? I: Untuk pemasangan iklannya itu dari kami sendiri, idenya dari hasil diskusi kami terus kita juga liat dari competitor. Misalnya, kita liat-liat iklan dari competitor. Terus diliat promo-promo dan konten-konten mereka juga.</p>	<p>Mendapatkan ide strategi</p>
	<p>P: Kemudian, untuk hasil idenya tersebut disampaikan ke pimpinan atau bagaimana, Bu? Dan untuk penyampaian ide tersebut melalui apa, Bu? Presentasikah atau bagaimana ya, Bu? I: Iya, bisa dengan presentasi, bisa menggunakan data juga. Maksudnya, kita presentasi nih datanya seperti ini nih, berarti kita harus pasang iklannya seperti ini, karena dari hasil tersebut. Jadi dari hasil iklan ini, dapet segini misalnya jadi penjualannya jadi segini gitu</p>	<p>Menyampaikan ide atau hasil diskusi</p>
<p>Media Iklan</p>	<p>P: media iklan yang digunakan oleh PT. Bulisu Properti Cendekia untuk memasarkan produknya apa saja, Bu? I: Buat media iklannya ada IG Ads, Google Ads, dari website juga, seperti media sosial aja. Terus juga ada di rumah.com. Kemudian, media luar ruangnya menggunakan ada spanduk, umbul-umbul, kaya gitu.</p>	<p>Penggunaan media untuk menyebarkan iklan dan informasi</p>

	<p>P: Alasan PT. Bulisu Properti Cendekia menggunakan media iklan tersebut apa, Bu?</p> <p>I: Alasan kami menggunakan media iklan tersebut dikarenakan biaya yang murah terlebih untuk media luar ruangnya dan media sosial yang mudah diakses.</p>	<p>Alasan pemilihan media iklan yang dipilih</p>
--	---	--



Lampiran II:

TRANSKRIP OPEN CODING INFORMAN POKOK

Narasumber : Pahru Rizal (laki-laki)

Jabatan : Penanggung Jawab Desain PT. Bulisu Properti Cendekia

Lokasi : Kantor Bulisu, Jl. Permata Curug, Ruko Griya Cendekia, Blok F.1 No.1 dan 2, Desa Curug, Kec. Gunung Sindur, Kab. Bogor, Kota Bogor.

Waktu : Senin, 16 Januari 2023, Pukul 10.40 – 11.15 WIB

Interviewer : Julia Fairuz Putri

P : Pewawancara

I : Informan

Konsep	Transkrip	Intisari
Strategi Kreatif Perancangan Iklan	<p>P: Bagaimana membuat iklan untuk media luar ruang dalam memasarkan produk dari PT. Bulisu Properti Cendekia? Apakah hasil sendiri atau melihat referensi yang sudah ada?</p> <p>I: iya pasti, lihat dari banyak referensi yang sudah ada</p> <p>P: Untuk desainnya sendiri bagaimana, pak?</p> <p>I: Untuk desainnya.. kadang kalo lagi ini.. hasil sendiri, bener-bener pure sendiri. Desain-desain segala macam, ada juga yang kita kombinasi dari referensi. Kemudian, kita kita pake corelldraw, kalo pake photoshop itu agak ribet ya karena photoshop juga lebih ke pengeditan fotografi sih bukan desain</p> <p>P: Lalu, untuk pemilihan warna sendiri apakah ada maknanya atau bagaimana ya, Pak?</p> <p>I: Kalo untuk pemilihan warnanya kita nyesuain tema juga sih sebenarnya. Kalo</p>	Perencanaan pembuatan Desain

	<p>misalkan kita temanya yang, misalkan objek kita perumahan ini ikan. Kita pakenya kuning, hijau muda, yang lainnya variasi kaya gitu.</p> <p>P: Apakah itu permintaan dari pimpinan sendiri atau bagaimana, pak? I: Iyaa.. karena kita biasanya ngajuin dulu warna-warnanya, mana yang cocok. Oh ini yang cocok. Nah yaudah kita pake temanya dari situ aja, untuk ambil pewarnaannya. Selain itu, kita untuk pewarnaan mengikuti dari logonya juga, misalkan warna hijau artinya bisa asri. Sedangkan untuk warna backgroundnya sendiri kita ngikutin kontennya aja sih. Kontennya kita pake warna soft, misalkan warna putih. Warna si logo atau apa nih jadi harus lebih kita strong-in lag ikan warnanya. Dikarenakan kita ngga mau berubah-ubah warna untuk logonya ya kita korbanin si warna backgroundnya gitu.</p> <p>P: Untuk pemilihan font pada tulisan yang ada dalam desain sendiri bagaimana, pak? I: Kalo untuk font, tergantung ke liatnya bagus yaudah kita pake itu. Misalkan kaya font Arial. Font ini banyak jugakan modelnya, entah itu bold, italic gitu kan. Kadang-kadang kita buat konten itu biar kelihatan jelas. Nah pemilihannya itu aja sih, paling ada variasi sedikit sih.</p>	
<p>Konsep AIDCA</p>	<p>P: Untuk menarik perhatian konsumennya itu bisa dilihat dari tampilan desainnya ya, pak? Atau bisa dari informasi produk yang tertera dalam desain? I: Sebenarnya bisa dari desain pada spanduk, brosur, ataupun umbul-umbul yang disebar dan bisa juga dari informasi produk yang tertera pada desain, karena jika tidak ada informasi produknya. Produk yang kita promosikan adalah produk properti rumah, maka kita tampilkan gambar rumahnya tersebut serta informasi tentang luas rumahnya, harganya, letak lokasinya, dan lain-lain.</p>	<p>Menarik perhatian konsumen (<i>Attention</i>)</p>

	<p>P: Bagaimana dapat menimbulkan rasa ketertarikan dari konsumen?</p> <p>I: Dengan desain yang dibuat merupakan hasil sendiri dan kadang kombinasi dari referensi, untuk pemilihan font menyesuaikan dengan desain baik warna juga disesuaikan dengan tema.</p>	Menimbulkan rasa ketertarikan (<i>Interest</i>)
	<p>P: Untuk bisa menimbulkan rasa minat dari konsumen sendiri apakah tim produksi desain ini ada caranya tersendiri?</p> <p>I: Adanya rasa minat kita sebisa mungkin untuk memberikan informasi mengenai produk kita dengan jelas, sehingga dari konsumen setelah merasa tertarik akan ada minat dan ingin tau lebih tentang produk kita</p>	Menimbulkan rasa keinginan atau minat (<i>Desire</i>)
	<p>P: Baik, kalo untuk meyakinkan konsumen untuk membeli dari produksi desain sendiri bagaimana, pak?</p> <p>I: Sebenarnya kan kita cuma buat desainnya aja ya, kayak bener-bener gambarnya. Untuk cara-cara buat mereka akhirnya mau dan yakin membeli, itu ada kata-kata atau informasi yang dikasih sama tim pemasaran Mereka atau konsumen mulai yakin karena adanya desain dengan contoh gambar rumah serta informasi produknya yang jelas.</p>	Adanya keyakinan (<i>Conviction</i>)
	<p>P: Kemudian, bagaimana untuk membuat konsumen berakhir membeli produk tersebut?</p> <p>I: Biasanya kalo seperti itu kerana ada promo-promo, pasti akan kita cantumkan ke dalam desain, dari sana juga konsumen bisa tertarik dan kemungkinan juga akan bertanya lebih lanjut. Jadi kita hanya membuat desainnya aja untuk melengkapi bahan promosi, terkait agar menarik perhatian, menimbulkan rasa minat terus keyakinan sehingga berakhir adanya keputusan pembelian itu dari pihak pimpinan dan pemasaran, kita hanya menuangkan serta mengembangkannya aja ke dalam desain.</p>	Tindakan atau keputusan (<i>Action</i>)

Lampiran III:

CATATAN LAPORAN OBSERVASI LAPANGAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh penulis dalam pengambilan data. Penulis melakukan 2 kali kegiatan observasi, yaitu pertama 19 November 2022 dimana peneliti melakukan observasi kecil dengan menanyakan beberapa pertanyaan dan mengambil sedikit dokumentasi yang diperlukan. Kemudian, pada tanggal 16 Januari 2023 peneliti melakukan wawancara dan observasi lapangan hingga menemukan hasil.

Sabtu, 19 November 2022	Catatan Lapangan 1
	Pada hari sabtu tanggal 19 November 2022, peneliti datang ke tempat pemasangan iklan media lua ruang untuk mengambil beberapa dokumentasi yang akan dijadikan data awal penelitian. Kemudian, menanyakan beberapa pertanyaan singkat kepada pemasaran dari PT. Bulisu Properti Cendekia melalui WhatsApp pada pukul 10.40. Penulis bertanya mengenai Segmentasi, Targeting, dan Positioning dari PT. Bulisu Properti Cendekia.
Senin, 16 Januari 2023	Catatan Lapangan 2
	Pada hari senin tanggal 16 Januari 2023, peneliti datang ke kantor Bulisu untuk melakukan kegiatan wawancara yang sebelumnya telah disepakati oleh penulis dan narasumber. Kegiatan ini diadakan mulai pukul 10.00 hingga pukul 11.40 WIB. Pada pukul 10.00 sampai dengan 10.30 berlangsungnya kegiatan wawancara bersama pemasaran dari PT. Bulisu Properti Cendekia. Kemudian, pada pukul 10.45 sampai dengan 11.40 bersama penanggung jawab desain PT. Bulisu Properti Cendekia. Wawancara tersebut dilakukan sesuai dengan pedoman wawancara yang telah dibuat untuk Pemasaran dan Penanggung jawab pembuatan Desain. Selain itu, peneliti mengambil beberapa dokumentasi keadaan dari kantor tersebut.

Lampiran IV:

DOKUMENTASI

Dokumentasi dengan Key Informan (*Marketing Communication* PT. Bulisu Properti Cendekia, Ibu Zaitun Nisa, SE.)



Dokumentasi dengan Informan Pokok (Penanggung Jawab Desain PT. Bulisu Properti Cendekia, Bapak Pahru Rizal, SE.)



Lampiran V:

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Julia Fairuz Putri
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang PT. Bulisu Properti Cendekia Tahun 2022
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 26 Januari 2023

Dosen Pembimbing : Kaprodi Ilmu Komunikasi

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si
Drs. Adi Prakosa, M.Si

Lampiran VI:

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Julia Fairuz Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516031
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KREATIF PERANCANGAN IKLAN MEDIA LUAR
RUANG PT. BULISU PROPERTI CENDEKIA TAHUN 2022

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 13 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 24 Februari 2023

Ketua Sidang : Nursatyo, S.Sos., M.Si. _____

Penguji I : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si. _____

Penguji II : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. _____

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

Lampiran VII:

SURAT TUGAS DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febnas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Julia Fairuz Putri
Nomor Pokok : 193516516031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Periklanan

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran VIII:

SURAT PERMOHONAN PENELITIAN DAN INFORMASI DATA



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manis No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext. 146, Fax. 7802718-7802719
Homepage: <http://www.unas.ac.id> Email: info@unas.ac.id

Nomor : 217 /WD/ 1 /2023 Jakarta, 1 Februari 2023
Lamp : -
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Ibu Zaitun Nisa
Divisi Marketing PT. Bulisu Properti Cendekia

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini :

Nama : Julia Fairuz Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516031
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Alamat Rumah : Perum. Griya Cendekia G5/15 B.
Curug, Gunung Sindur, Kabupaten Bogor.
HP : 0878-7734-6937

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: **Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang PT. Bulisu Properti Cendekia Tahun 2022** dengan Dosen Pembimbing : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasamanya Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si



Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

Lampiran IX:

SURAT KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi
Jl. Sawo Mania No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516031
Nama : JULIA FAIRUZ PUTRI
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
10 October, 2022	proposal skripsi bab 1, bab 2, dan bab 3	Sudah Ditanggapi
12 October, 2022	revisi I proposal skripsi	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
15 December, 2022	assalamualaikum bu dwi, berikut hasil revisi proposal skripsi saya bersama bu dilah pada tanggal 2 desember 2022. mengenai bab 1 pada latar belakang masalah. terima kasih bu	Sudah Ditanggapi
10 January, 2023	assalamualaikum bu dwi, berikut saya lampirkan revisian proposal skripsi pada bab 2	Sudah Ditanggapi
10 January, 2023	assalamualaikum bu dwi, berikut saya lampirkan pedoman wawancara yang telah saya buat untuk turun ke lapangan dan melakukan wawancara bersama informan dalam penelitian saya sesuai dengan instruksi yang telah ibu berikan. mohon untuk ditinjau kembali bu. terima kasih bu dwi	Sudah Ditanggapi
25 January, 2023	assalamualaikum bu dwi, selamat pagi. berikut proposal skripsi saya, yang telah saya kerjakan hingga kesimpulan dan saran. mohon untuk ditinjau kembali bu. terima kasih bu dwi	Sudah Ditanggapi
27 January, 2023	assalamualaikum bu dwi, selamat siang bu. berikut proposal skripsi saya yang telah saya revisi sesuai arahan ibu pada hari kamis kemarin. mohon untuk ditinjau kembali bu. terima kasih bu dwi	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
2 February, 2023	hasil pengecekan turnitin pertama diluar berupa 28%	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	hasil pengecekan turnitin kedua diluar berupa 26%	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	hasil pengecekan turnitin ketiga di kampus berupa 22%	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	assalamualaikum bu dwi, berikut ini saya lampirkan skripsi saya yang sudah lengkap bersama dengan lampiran. mohon untuk ditinjau kembali bu apa bila terdapat kesalahan atau masih ada yang harus ditambahkan. terima kasih bu dwi	Sudah Ditanggapi
6 February, 2023	assalamualaikum bu dwi, berikut final skripsi saya. saya telah merevisi dan menambahkan apa yang ibu instruksikan terkait penghapusan pencocokan pola dan penambahan nama pak tyo di kata pengantar. mohon ditinjau kembali bu apakah masih ada yang harus direvisi sehingga dapat disetujui. terima kasih bu dwi	Sudah Ditanggapi



Lampiran X:

LEMBAR HASIL UJI TURNITIN

tahap 1



RIWAYAT HIDUP



Julia Fairuz Putri, lahir di Jakarta pada tanggal 10 Juli 2001, anak pertama dari satu bersaudara, buah kasih dari Ayahanda “Andi Sinrang” dan Ibunda “Ummi Salamah”. Penulis pertama kali menempuh Pendidikan tepat pada umur 6 tahun di Sekolah dasar (SD) pada SD Negeri Parung 02 dan selesai pada tahun 2013.

Ditahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 01 Parung dan selesai pada tahun 2016. Kemudian, ditahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 01 Parung dengan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun 2019, penulis terdaftar pada salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta dengan mengambil jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Periklanan di Universitas Nasional dan selesai pada tahun 2023.

Atas petunjuk dan pertolongan dari Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, usaha dan do'a dari kedua orang tua serta dukungan yang telah diberikan dari berbagai pihak dalam proses pembelajaran di Perguruan Tinggi Universitas Nasional. Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan yang berjudul “Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang PT. Bulisu Properti Cendekia Tahun 2022”.