

## Daftar Pustaka

Buku :

- Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., & Hilgard, E.R. (1991). Pengantar Psikologi. Edisi 8. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga. Hal 201
- Baksin, Askurifai. (2006). Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 16
- Banedicka Ovelistori. (2019). Psikologi Persepsi Visual Pada Iklan Zilinggo Edisi Siapasihlo Pada Media Televisi. Dalam Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Unika Soegijapranata Semarang.
- Deddy n, Hidayat. (2003). Diktat Metode Penelitian Komunikasi, Kuliah Pascasarjana UI
- Deddy Mulyana. (2004) *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Ilmu Komunikasi Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, hal 62-63
- Daymon, Christine & Immy Holloway. (2002). Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relation & Marketing Communications. Penyunting Santi Indra Astuti. Yogyakarta : PT. Bentang Pustaka.
- Jefkins, Frank, (1997), Periklanan. Erlangga, Jakarta.
- Lely Arriane, (2016). Disertasi Program Universitas Padjajaran. Halaman 110.
- Mita Rosaliza. (2015). WAWANCARA, SEBUAH INTERAKSI KOMUNIKASI DALAM PENELITIAN KUALITATIF. Staf pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Hal 71.
- Margono, S. (2010). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurudin. (2017), Pengantar Komunikasi Massa, Hal 66
- Ridha Nikmatur. 2017. "PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA
- Rukin. 2021. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surabaya: CV. Jagad Media Publishing.
- Sanjaya,Wina. (2013).PenelitianPendidikan, Jenis, Metode dan Prosedur. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, R&D. Jakarta. Halaman 246

Jurnal online :

Adryans, Yulyati Reny. (2020). Tanggapan Khalayak Sasaran Terhadap Iklan Televisi Kontes Membuat Jingle (Studi Deskriptif Iklan Televisi Jingle Indomie pada murid SMA Ketapang). Dalam Jurnal Ilmiah Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Vol.8, No. 1. Politeknik Negeri Media Kreatif Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan.

Mariyanti Dwi Luh, Rahanatha Bayu Gede. 2015. Pengaruh Celebrity Endorsers Dan Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium Chocolate. Dalam E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 10 (hlm. 3093 – 3118) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

PENELITIAN” dalam Jurnal Hikmah, Volume 14 (hlm. 67) Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sumatera Medan.

Rivantie Mayang, Misnan, Alamsyah. 2019. Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Bukalapak). Dalam e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1 April 2019 (hlm. 1140) Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom1).

Rasuari Nursafira Siti, Trianasari Nurvita. 2020. Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. Dalam e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2 (hlm.2308) Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Artikel :

Ardelia Muliani. *Implementasi Strategi Online PR Tanamera Coffee*, 2017, Diakses melalui <https://kc.umh.ac.id/2690/4/BAB%20III.pdf> pada 06 April 2023.

CCN Indonesia. 2019. Shopee dan Blibli.com Paling Nafsu Beriklan di Televisi. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191212192712-185-456490/shopee-dan-bliblicom-paling-nafsu-beriklan-di-televisi>, diakses pada 10 April 2023.

Yulaika Ramadhani, tirto.id. 2018. “Iklan Shopee Blackpink: KPI Sebut Telah Peringatkan 11 Stasiun TV”. <https://tirto.id/iklan-shopee-blackpink-kpi-sebut-telah-peringatkan-11-stasiun-tv-dbFo>, diakses pada 10 April 2023.

Tri Kurnia Yuniyanto. 2023. **Nielsen Perkirakan Jumlah Penonton TV Tembus 130 Juta Orang.** <https://www.marketeers.com/nielsen-perkirakan-jumlah-penonton-tv-tembus-130-juta-orang/> diakses pada 23 Agustus 2023.

Cindy Mutia Annur. 2022. Survei Nielsen Indonesia: Mayoritas Pengguna Televisi di RI Berusia 50 Tahun ke Atas <https://databoks.katadata.co.id/data>

[publish/2022/12/09/survei-nielsen-indonesia-mayoritas-pengguna-televise-di-ri-berusia-50-tahun-ke-atas](#). diakses pada 23 Agustus 2023.

Restudia. 2018 Ini Penyebab Awal Iklan Shopee BLACKPINK Dihentikan KPI Pusat, Sosok Maimon Diserang? <https://banjarmasin.tribunnews.com/2018/12/13/ini-penyebab-awal-iklan-shopee-blackpink-dihentikan-kpi-pusat-sosok-maimon-diserang>. diakses pada 23 Agustus 2023.



## Lampiran Catatan Lapangan (Field Notes)

### CATATAN LAPANGAN (*FIELD NOTES*)

Tanggal: 05 April 2023.

Waktu: 10.00 – Selesai.

#### Lampiran 1 Catatan Lapangan Informan

Ditengah kesibukan yang dimiliki, peneliti meluangkan waktunya untuk melihat aktivitas dari iklan Shopee. Dalam media Televisi, peneliti sering kali melihat iklan Shopee yang menggunakan jingle musik. Peneliti kemudian melihat kembali kepada tayangan iklan Shopee di Televisi mengenai jingle musik yang telah dipublikasikan sejak beberapa tahun yang lalu.

Dalam beriklan Shopee telah membagikan sebanyak puluhan iklan yang menggunakan jingle musik melalui Televisi. Iklan yang di tayangkan ini memiliki tema yang berbeda namun berkaitan satu sama lain. Dari iklan yang ditayangkan ditemukan adanya jenis-jenis iklan. Jenis iklan yang ditayangkan pada iklan Shopee ditelvisi adalah iklan berbasis produk, iklan yang menampilkan penawaran khusus, atau iklan yang menonjolkan keunikan dan layanan Shopee.

Durasi iklan Shopee bervariasi, namun sebagian besar memiliki durasi sekitar 30 detik hingga 1 menit. Durasi yang relatif singkat ini mencerminkan usaha Shopee untuk menyampaikan pesan yang padat dan langsung kepada penonton.

Keseluruhan iklan Shopee, peneliti menemukan adanya penggunaan artis dan selebriti. Beberapa iklan Shopee melibatkan artis dan selebriti ternama sebagai bintang iklan. Kehadiran artis ini memberikan daya tarik lebih dan meningkatkan kepercayaan penonton terhadap merek Shopee.

Di sisi lain, peneliti juga melihat adanya penggunaan visual dan efek khusus yang menarik hal tersebut bertujuan untuk menonjolkan produk atau promosi tertentu. Hal ini membantu iklan menjadi lebih mencolok dan menarik perhatian penonton.

Sumber: Dikelola oleh peneliti pada tahun 2023.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Transkrip Pertanyaan Wawancara Informan Pokok

1. Apa persepsi anda tentang jingle iklan Shopee yang sering ditampilkan di televisi?
2. Apa jingle iklan Shopee berhasil menarik perhatian Anda?
3. Apa anda merasa jingle iklan Shopee cocok dengan iklan televisi secara keseluruhan?

Sumber: Dikelola oleh peneliti pada tahun 2023.



## LAMPIRAN

### Lampiran 2 Pedoman Pertanyaan Wawancara Informan Kunci

1. Apa alasan kamu menonton jingle iklan shopee?
2. Apa jingle iklan shopee mempengaruhi citra merek shopee?
3. Bagaimana kamu bisa mengetahui jingle iklan shopee di televisi?
4. Bagaimana tanggapan kamu tentang jingle iklan shopee ditelvisi?
5. Apa yang kamu pelajari dari jingle iklan shopee?

Sumber: Dikelola oleh peneliti pada tahun 2023.



### Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Pokok 1

Narasumber : Muhammad Caraka

Jabatan : Remaja di Jalan Dr.Setia Budi Pamulang

Waktu wawancara : 16 Juni 2023

1. Apa persepsi anda tentang jingle iklan Shopee yang sering ditampilkan di televisi?

*“Menurut saya, jingle iklan Shopee yang ditampilkan di televisi sangat menarik dan efektif. Melodi yang digunakan sangat catchy dan mudah diingat, sehingga jingle tersebut sering kali terngiang di kepala saya setelah melihat iklan.”*

2. Apa jingle iklan Shopee berhasil menarik perhatian Anda?

*“Karena jingle iklan nya easy listening sampai akhirnya easy to recognize (mudah dikenali). Tipe - tipe jingle yang melodi nya happy yang jadi familiar juga ketika didengar. Tidak cuma dari audio aja menurut aku, visual juga berpengaruh sama jinglenya, pasti visual nya gak luput dari warna orange, comedy, ditambah suka ada artis-artis ternama di setiap jingle shopee di TV, itu juga nambah daya tarik orang pas nonton iklannya jadi audiovisual jingle shopee menarik menurut aku.”*

3. Apa Anda merasa jingle iklan Shopee cocok dengan iklan televisi secara keseluruhan?

*“Cara Shopee menyampaikan iklan nya yang memberi tau banyak diskon promo dll tapi dikemas pake lagu dan karena shopee ini selalu konsisten pake jingle iklan mereka jadinya secara ga sadar kita hafal tuh dengerin iklan nya yang diulang – ulang. Jingle tersebut berhasil mengkomunikasikan keunikan yang diinginkan oleh Shopee dan membuat saya tertarik untuk menjelajahi lebih lanjut produk dan penawaran yang ada.”*

Sumber dikelola oleh peneliti pada tahun 2023

## Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan Pokok 2

Narasumber : Muhammad Rifki

Jabatan : Remaja yang menonton Iklan Shopee

Waktu wawancara : 23 Juni 2023

1. Apa persepsi anda tentang jingle iklan Shopee yang sering ditampilkan di televisi?

*“Menurut persepsi saya jingle iklan Shopee itu bikin melekat di otak kita secara gak sadar karena selalu diputar berkali-kali di setiap iklan TV, ads Youtube, Radio, dll jadi secara gak sadar kalo kita lagi aktivitas dengerin musik, nonton tv, dan nonton youtube terus pasti ada aja jingle Shopee itu bikin kita hafal jinglenya karena terlalu sering diputar, kalo kita lagi aktivitas soalnya emang objective dari marketing Shopee, mau ningkatin awareness masyarakat dari iklan yang ditayangkan.”*

2. Apa jingle iklan Shopee berhasil menarik perhatian Anda?

*“Iklan yang ditayangkan sangat menarik karena setiap ada iklan shopee pasti jinglenya hampir sama musiknya yang jenis musiknya bikin suasana hati lebih cheerful, fun, repetisi kemudian secara gak sadar kita hafal jinglenya karena tertanam di otak kita karena mudah didengar.”*

3. Apa anda merasa jingle iklan Shopee cocok dengan iklan televisi secara keseluruhan?

*“Jingle iklan yang ditayangkan di televisi ini bisa juga menjadi nilai jual yang unik buat Shopee, soalnya orang - orang saat mendengar nada dari jingle itu, pasti langsung terbesit di otak mereka "yah jingle shopee pasti" gitu jadi membuat orang - orang mudah buat ngenalin Shopee cuma dari jinglenya, Jingle iklan. Shopee cukup cocok dengan iklan televisi secara keseluruhan. Jingle tersebut memiliki kualitas yang menarik dan berhasil mencuri perhatian pemirsa. Melodi dan liriknya juga cocok dengan pesan yang ingin disampaikan oleh iklan Shopee”*

Sumber dikelola oleh peneliti pada tahun 2023



### Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Pokok 3

Narasumber : Welli Wicaksono

Jabatan : Remaja yang menonton Iklan Shopee

Waktu wawancara : 16 Juni 2023

1 Apa persepsi anda tentang jingle iklan Shopee yang sering ditampilkan di televisi?

*“Awalnya melihat iklan Shopee biasa saja, namun seiring dengan berjalannya waktu jingle tersebut seperti menempel di kepala. Jadi secara tidak langsung langsung menjadi sebuah hal yang lumrah diucapkan dalam kehidupan sehari.”*

2 Apa jingle iklan Shopee berhasil menarik perhatian Anda?

*“Karena iklannya diputar cukup sering di televisi jadi saya cukup merasa tertarik dengan iklan tersebut. Melodi yang ceria dan lirik yang mudah diingat membuatnya menjadi terngiang - ngiang yang sulit untuk dilupakan. Saya sering kali menemukan diri saya bernyanyi-nyanyi jingle iklan Shopee tanpa sadar”*

3 Apa anda merasa jingle iklan Shopee cocok dengan iklan televisi secara keseluruhan?

*“Jinglenya dikemas dengan tagline yang padat dan mudah diingat, jadi terdengar lebih menarik. Selain itu juga tagline disertai dengan informasi yg informatif. Jadi tidak hanya mudah diingat, namun mengandung informasi yg bermanfaat yg akan disampaikan ke penonton. Jingle iklan shopee cocok dengan iklan tv secara keseluruhan karena iklannya dikemas dengan singkat dan padat, namun berhasil memikat orang yg melihat serta mendengar. Selain itu juga, kuantitas ditayangkannya cukup sering jadi cocok dengan iklan di tv secara keseluruhan”*

Sumber dikelola oleh peneliti pada tahun 2023

## Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan Pokok 4

Narasumber : Linda Evanti

Jabatan : Ibu Rumah yang menonton Iklan Shopee

Waktu wawancara : 28 Agustus 2023

1 Apa persepsi anda tentang jingle iklan Shopee yang sering ditampilkan di televisi?

*“Menurut pandangan saya, jingle iklan Shopee yang diputar di Televisi memiliki daya tarik yang luar biasa dan efek yang sangat berhasil. Melodi yang digunakan dalam jingle tersebut mudah diingat..”*

2 Apa jingle iklan Shopee berhasil menarik perhatian Anda?

*“Jingle ini sering kali terus terputar dalam pikiran saya setelah saya melihat iklan tersebut di televisi. Salah satu alasan saya suka Shopee yaitu jingle ini adalah kemampuannya untuk langsung dikenali dan jingle ini membuat dengan cepat menjadi sesuatu yang mudah diingat ketika didengar”*

3 Apa anda merasa jingle iklan Shopee cocok dengan iklan televisi secara keseluruhan?

*“meskipun pesan yang disampaikan berupa informasi mengenai diskon dan promo, cara mereka mengemasnya dengan menggunakan musik, membuatnya lebih mudah diingat dan lebih menyenangkan untuk ditonton.”*

Sumber dikelola oleh peneliti pada tahun 2023

## Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan Pokok 5

Narasumber : Wiwin

Jabatan : Ibu Rumah yang menonton Iklan Shopee

Waktu wawancara : 29 Agustus 2023

- 1 Apa persepsi anda tentang jingle iklan Shopee yang sering ditampilkan di televisi?

*“Pada awalnya, saya merasa iklan Shopee hanya merupakan iklan biasa seperti yang lainnya. Namun, seiring berlalunya waktu, jingle iklan tersebut seakan-akan melekat dalam pikiran saya.”*

- 2 Apa jingle iklan Shopee berhasil menarik perhatian Anda?

*“Shopee sering kali ditayangkan di televisi, sehingga saya mulai merasa tertarik terhadap iklan ini. jingle ini dikemas dengan tagline yang singkat dan mudah diingat, yang membuatnya semakin menarik. Tidak hanya itu, tagline tersebut juga disertai dengan informasi yang informatif. Dengan demikian, jingle ini tidak hanya menjadi catchy, tetapi juga mengandung informasi bermanfaat yang ingin disampaikan kepada penonton.”*

- 3 Apa anda merasa jingle iklan Shopee cocok dengan iklan televisi secara keseluruhan?

*“Pemilihan kata yang padat dalam tagline membuat pesan iklan terdengar lebih menarik. tagline yang digunakan dalam jingle juga dirangkai dengan informasi yang memiliki kandungan informatif. Ini mengartikan bahwa jingle tidak hanya memiliki daya ingat yang kuat, tetapi juga menyampaikan informasi yang bernilai kepada para penonton”*

Sumber dikelola oleh peneliti pada tahun 2023

## Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan Kunci 1

Narasumber : Muhammad Ardi

Jabatan : Remaja yang menggunakan aplikasi Shopee

Waktu wawancara : 08 Juli 2023

1. Apa alasan kamu menonton jingle iklan shopee?

*“karena jingle iklan shopee yang tayangkan menggunakan musik yang mudah diingat dan melodi yang digunakan oleh shopee menarik perhatian, selain itu jingle iklan shopee juga dapat menjadi hiburan karena iklan yang ditayangkan selalu ceria jadi bisa menjadi hiburan.”*

2. Bagaimana jingle iklan Shopee meningkatkan citra merek shopee?

*“jingle iklan shopee menciptakan suasana yang positif dan menggambarkan bahwa shopee merupakan platform yang menyenangkan untuk berbelanja karena musiknya yang enerjik dan ceria.”*

3. Bagaimana kamu bisa mengetahui jingle iklan Shopee di Televisi?

*“Ketika sedang menonton TV kemudian ada iklan Shopee yang menggunakan jingle musik yang cukup menarik, selain di televisi iklan shopee yang menggunakan jingle juga banyak di platform media sosial lainnya, akhirnya tanpa sadar ketika mendengar musiknya saja sudah tahu bahwa itu iklan Shopee.”*

4. Bagaimana tanggapan kamu tentang jingle iklan Shopee ditelevisi?

*“Menurut aku mengenai jingle iklan shopee di televisi sudah ditayangkan sangat menarik, apalagi jingle musiknya yang dapat membuat aku tergiang-ngiang dan pesan yang disampaikan cukup mudah dipahami”*

5. Apa yang kamu pelajari dari jingle iklan Shopee?

*“Mengenai jingle iklan shopee aku jadi mengetahui bagaimana cara mengiklankan sebuah perusahaan yang menarik, mudah diingat dan pesan yang disampaikan mudah diterima.”*

Sumber dikelola oleh peneliti pada tahun 2023

## Lampiran 9 Transkrip Wawancara Informan Kunci 2

Narasumber : Azzir Azzir

Jabatan : Remaja yang menggunakan aplikasi Shopee

Waktu wawancara : 08 Juli 2023

1. Apa alasan kamu menonton jingle iklan shopee?

*“Karena iklan Shopee ditayangkan ditv ketika sedang iklan, jadi pada saat acara yang saya tonton terjeda oleh iklan, kemudian iklan Shoope itu muncul dengan berulang-ulang kali sehingga saya tanpa sengaja menonton iklan Shopee tersebut.”*

2. Bagaimana jingle iklan Shopee menciptakan citra merek shopee?

*“Dengan adanya iklan tersebut branding iklan Shopee sebagai aplikasi penjualan yang memberi kesan yang positif karena iklan tersebut menggunakan jingle iklan yang melodinya ceria.”*

3. Bagaimana kamu bisa mengetahui jingle iklan Shopee di Televisi?

*“Iklan Shopee sering muncul ditv dan diberbagai platform media, sehingga aku sudah hafal iklan tersebut, apalagi dengan jingle musiknya yang sangat mudah diingat.”*

4. Bagaimana tanggapan kamu tentang jingle iklan Shopee ditv?

*“Jingle Iklan yang ditayangkan Shopee sudah sangat unik menurut aku, karena musiknya yang mudah di hafal apalagi dia menggunakan artis-artis ternama jadi menurut aku iklan tersebut sangat mudah diterima di kalangan masyarakat.”*

5. Apa yang kamu pelajari dari jingle iklan Shopee?

*“hal yang aku pelajari dari iklan Shopee tersebut aku menjadi mengetahui bagaimana jingle Shopee tersebut dapat menarik minat masyarakat lewat iklan yang ditayangkan, musik yang mudah diingat dari jingle menjadi nilai plus untuk Shopee. Terlebih di dalam iklan tersebut juga menghadirkan beberapa artis Indonesia yang membuat iklannya semakin hidup dan meriah.”*

Sumber dikelola oleh peneliti pada tahun 2023

**Lampiran 10 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Pokok 1**



**Lampiran 11 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Pokok 2**



**Lampiran 12 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Pokok 3**



**Lampiran 13 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Pokok 4**





**Lampiran 14 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Pokok 5**



**Lampiran 15 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Kunci 1**



**Lampiran 16 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Kunci 2**



**Lampiran 17 Lembar Hasil Uji Turnitin.**

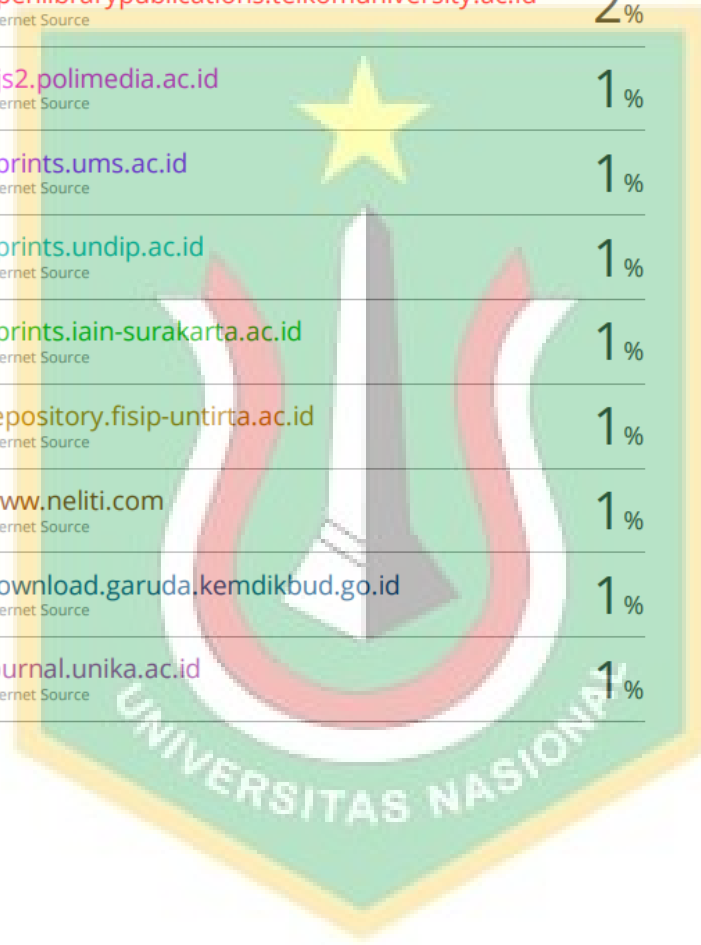
tahap 1

ORIGINALITY REPORT

<b>17</b> %	<b>17</b> %	<b>7</b> %	<b>%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id">openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	<b>2</b> %
<b>2</b>	<a href="http://ojs2.polimedia.ac.id">ojs2.polimedia.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>3</b>	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>4</b>	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>6</b>	<a href="http://repository.fisip-untirta.ac.id">repository.fisip-untirta.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>7</b>	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>8</b>	<a href="http://download.garuda.kemdikbud.go.id">download.garuda.kemdikbud.go.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>9</b>	<a href="http://journal.unika.ac.id">journal.unika.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %



## Lampiran 18 Surat Keterangan Pendamping Ijazah


DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Komunikasi dalam masyarakat 5.0	Communication in society 5.0	KPL	200		Disetujui	✓
2	Strategi meningkatkan komunikasi digital untuk memperkuat masyarakat dalam kenormalan baru	Strategy to increase digital communication to strengthen society in the new normal	KPL	200		Disetujui	✓
3	Kunci Sukses Menjadi Wirausahawan Muda Di Era Revolusi Industri 4.0	The Successful Key To Be Young Entrepreneurs In The Era Industrial Revolution 4.0	KPL	200		Disetujui	✓
4	Strategi komunikasi TNI AL dalam meningkatkan Hubungan Masyarakat melalui Media	TNI AL communication strategy in improving community relations through the media	KPL	200		Disetujui	✓
5	PENINGKATAN KAPASITAS PEREMPUAN DI LEMBAGA POLITIK DALAM RANGKA KESETARAAN GENDER DI JAKARTA SELATAN	INCREASING THE CAPACITY OF WOMEN IN POLITICAL INSTITUTIONS IN THE FRAMEWORK OF GENDER EQUALITY IN SOUTH JAKARTA	KPL	200		Disetujui	✓
6	Pengenalan Lingkungan dan Budaya Akademik	Introduction to Academic Environment and Culture	KPL	100		Disetujui	✓
7	Toefl	Toefl	KPL	750		Disetujui	✓

**Jumlah Skor**  
 KPP : 0  
 KPL : 1850  
 KPT : 0  
 Skor yang Disetujui : 1850

Design and constructed by BPSI © Universitas Nasional - 2023 All Right Reserved



## Lampiran 19 Surat Ketersediaan Pembimbing



### 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 : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

#### KONSULTASI BIMBINGAN

**Npm** : 193516516423  
**Nama** : YOGA HARIYADI  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Konsentrasi** : Periklanan

#### KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
13 April, 2023	pertemuan pertama : membahas judul	Sudah Ditanggapi
13 April, 2023	pertemuan kedua : membahas bab 1 dan bab 2	Sudah Ditanggapi
13 April, 2023	pertemuan 3 membahas bab 1,2 dan 3	Sudah Ditanggapi

#### KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
31 July, 2023	24-05-2023 revisi bab 1-3	Sudah Ditanggapi
31 July, 2023	13-06-2023 konsultasi 4.1 deskripsi wilayah	Sudah Ditanggapi
31 July, 2023	12-07-2023 konsultasi 4.2 profil informan penelitian	Sudah Ditanggapi
31 July, 2023	24-07-2023 konsultasi 4.3 penyajian data	Sudah Ditanggapi
31 July, 2023	25-07-2023 revisi 4.1 - 4.3 deskripsi wilayah, profil informan dan penyajian data membahas hasil observasi	Sudah Ditanggapi
31 July, 2023	27-07-2023 konsultasi 4.4 - 4.5 pembahasan dan konfigurasi	Sudah Ditanggapi
31 July, 2023	29-07-2023 revisi 4.4 - 4.5 pembahasan dan konfigurasi	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
31 July, 2023	30-07-2023 membahas abstrak	Sudah Ditanggapi





## Lampiran 20 Surat Penugasan Dosen Pembimbing



### 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](mailto:febunas49@gmail.com)

#### PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

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

Nama Dosen : **Dr. Dra. Lely Arrieani, M.Si**

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

Nama Mahasiswa : Yoga Hariyadi  
Nomor Pokok : 193516516423  
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, Sabtu, 31 Juli 2023

Dekan,



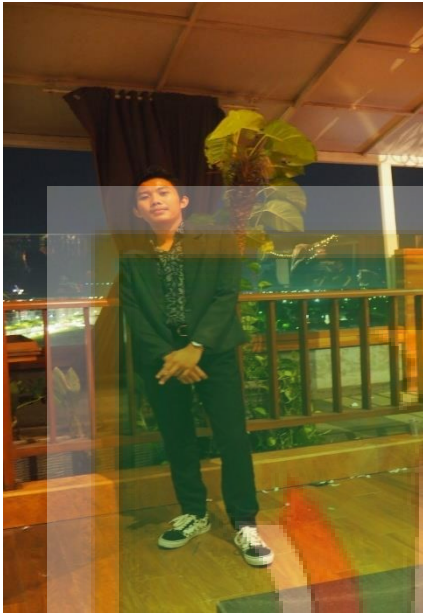
**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

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

## Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup Penulis



**Yoga Hariyadi**, nama penulis dari skripsi ini. Lahir di Purbalingga pada 30 Desember 2000, penulis merupakan anak tunggal dari pernikahan orang tua penulis yaitu Suratno dan Sugimah. Penulis mulai pendidikannya pada tahun 2007 di SDN Bukit Pamulang Indah yang berlokasi di Pamulang, Tangerang Selatan. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikannya pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) pada sekolah SMP Pelita Bangsa sampai lulus pada tahun 2016. Setelah 2016, penulis kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 6 Tangerang Selatan. Hingga kemudian pada tahun 2019 setelah menyelesaikan sekolah SMA selama tiga

tahun, penulis kemudian menemuh pendidikan kuliahnya di Universitas Nasional.

Kemudian Penulis mengambil program studi ilmu komunikasi, penulis dengan besarnya motivasi dalam mencari pengetahuan dan usaha yang sangat besar, penulis dapat menyelesaikan penulisan serta pengerjaan skripsi yang sebagaimana merupakan tugas akhir. Penulis berharap besar bahwa dengan adanya penulisan tugas akhir atau skripsi ini, dapat memberikan manfaat yang bermanfaat baik untuk akademis maupun non akademis. Selain itu, penulis juga berharap besar bahwa skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, praktisi ilmu yang diteliti, dan akademis.

Rasa syukur dan terima kasih penulis sertakan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena tanpanya penulis mungkin tidak akan bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi Penonton Pada Jingle Iklan Shopee di Televisi (Studi Kasus Masyarakat Jalan Dr. Setia Budi Pamulang Tangerang Selatan).**