

Perancangan ILM Tentang Program Peminatan Ilmu Bahasa Dan Budaya Di SMU

Denny Santoso¹, Heru Dwi Waluyanto², Hen Dian Yudani³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Email: denny.santoso92@gmail.com

ABSTRAK

-Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Mengedukasi Orang Tua Tentang Program Peminatan Ilmu Bahasa Dan Budaya Di SMU.

Perancangan ini ditujukan kepada orang tua untuk menginformasikan keunggulan dan peluang karir dari program peminatan bahasa dan budaya, dimana kurangnya informasi dan stigma negatif dari publik secara konstan membuat program peminatan bahasa dan budaya tidak diminati oleh orang tua siswa, dimana masalah ini dicoba untuk dicari solusinya lewat sebuah perancangan iklan layanan masyarakat.

Kata kunci: ILM, SMU, Orang tua, Jurusan Bahasa

ABSTRACT

-Designing a Public Service Announcement To Educate the Student's Parent About Language Major in High School.

This design is designed to be proposed to the parents of the high school student to inform the benefit and the career opportunity of language major in high school, which because the inavailability of the information and negative stigma in public constantly made language major to be uninteresting for parents, which is to be solved by this public service announcement.

Key Word: PSA, High School, Parents, Language Major

Pendahuluan

Sudah menjadi rahasia umum, bahwa program penjurusan Ilmu Bahasa dan Budaya, sering kali tidak menjadi pilihan yang diminati orang tua berkaitan dengan peminatan bidang studi sang anak.

Kecenderungan orang tua menghindari program penjurusan Bahasa dan Budaya untuk anaknya ini didorong oleh kurangnya pengetahuan orang tua, khususnya yang datang dari kalangan awam tentang apa isi program peminatan Bahasa dan Budaya. Hal ini berakar dari pengalaman bersekolah

para orang tua itu sendiri yang biasanya dulu terbatas pada program peminatan IPA atau IPS, serta pendidikan ilmu Bahasa dan Budaya di jenjang Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama yang menurut mereka terkesan sekedar menyimak dan membaca, tidak terkesan menjanjikan kegunaan dalam berkerja dimasa depan.

Program peminatan Bahasa dan Budaya, merujuk pada kurikulum terbaru sampai saat ini, yaitu kurikulum 2013 adalah program penjurusan minat

peserta didik yang mempelajari Bahasa dan Sastra Indonesia, Bahasa dan Sastra Inggris, Anthropologi, dan Bahasa dan Sastra Asing lainnya (Muhammad Faik, 2013). Kurikulum ini disusun sedemikian rupa untuk melatih minat peserta didik dalam bidang tata tulis, menulis kreatif, literatur dan budaya, baik sastra lokal maupun sastra dalam bahasa asing, dengan harapan mampu menguasai keahlian seperti *copywriting*, jurnalistik, menulis naskah ataupun penulisan kreatif lainnya, fasih dalam menguasai bahasa dan sastra budaya lokal maupun asing yang meliputi kemampuan, membaca, menulis, mendengar dan berbicara secara lancar.

Merujuk kurikulum 2013, peluang kerja bagi lulusan program peminatan Ilmu Bahasa dan budaya ternyata cukup luas, terutama jika kita mengacu pada kebijakan ekonomi Indonesia kedepannya, yaitu diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN di Indonesia. Dalam waktu dekat, Indonesia memerlukan banyak tenaga kerja yang mampu bersaing dengan tenaga kerja berlevel internasional, yang mana tentu saja menuntut penguasaan beberapa bahasa yang umum dikuasai secara Internasional seperti bahasa Inggris dan Mandarin secara lancar dan fasih, dibukanya Masyarakat Ekonomi ASEAN menuntut adanya kompetensi dalam menggunakan bahasa asing dalam berkerja di Indonesia.

Program peminatan Bahasa dan Budaya pun dianggap sangat cocok menjadi pondasi jika siswa berniat mengambil pendidikan lebih lanjut di perguruan tinggi dengan program studi Sastra, Komunikasi, dan DKV, dimana menurut para pengajar dalam bidang tersebut, siswa dari jurusan bahasa memiliki kelebihan dalam hal menyampaikan pesan dalam berkomunikasi, suatu kemampuan yang sangat penting dalam studi dari program-program studi diatas.

program-program studi tersebut menjanjikan peluang kerja yang luas dalam industri kreatif, yang akhir akhir ini mulai dicanangkan sebagai jalur Indonesia untuk berkompetisi dengan dunia Internasional yang sekarang bersaing dalam dunia industri kreatif.

Keuntungan lain dari program peminatan Bahasa dan Budaya adalah dengan mempelajari Bahasa dan Budaya, secara tidak langsung memberikan pembelajaran tentang sikap dan budaya, disertai dengan bahasa yang santun dan terpelajar, menjadikan siswa diharapkan lebih unggul dalam menyusun pesan dan menyampaikan pesan dalam berkomunikasi secara verbal

Masalah yang dihadapi dalam program peminatan Bahasa dan Budaya menurut kurikulum baru ini adalah keputusan dan harapan ditangan orang tua yang tidak paham akan potensi dari program peminatan dan penjurusan Ilmu Bahasa dan Budaya, sebagai siswa Sekolah Menengah cenderung tidak memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan akhir dalam pemilihan peminatan studi yang akan dilaksanakannya

Dukungan dari orang tua dalam melatih minat dan bakat sang anak adalah hal yang sangat membantu, dengan mendalami bidang yang diminatinya harapannya sang anak dapat lebih rajin dan bersemangat dalam belajar sehingga menciptakan siswa yang lebih kompeten dalam bidang yang ditekuninya

Disisi lain, permasalahan peminatan edukasi sang anak yang mengikuti minat orang tuanya tanpa didukung dengan minat sabg anak cenderung memberikan tekanan dan perasaan dipaksa bagi sang anak, yang tentu saja cenderung mematikan semangat belajar dikarenakan mempelajari sesuatu yang bukan minatnya

Dimana sampai saat ini belum ada satu bentuk pembelajaran yang membahas dan memberikan pengetahuan secara detail tentang keuntungan dari program peminatan Bahasa dan Budaya, dikarenakan itulah muncul inisiatif untuk mencoba mengangkat tema ini dalam bentuk ILM yang bersifat edukasi

Penggunaan ILM sendiri dipilih sesuai dengan targetnya yaitu orang tua murid sebagai pengambil keputusan, yang sifatnya memberikan pengetahuan tentang manfaat dan keuntungan siswa dari program peminatan Bahasa dan Budaya, sehingga orang tua murid dapat mendukung dan membantu siswa yang tertarik untuk mengambil program peminatan Bahasa dan Budaya

Rumusan Masalah

Bagaimana mengedukasi orang tua siswa tentang program peminatan Bahasa dan Budaya melalui ILM yang efektif dan efisien untuk mendukung siswa yang berminat dengan program peminatan Bahasa dan Budaya?

Tujuan Perancangan

Mengedukasi orang tua siswa tentang program peminatan Bahasa dan Budaya melalui ILM yang efektif dan efisien untuk mendukung siswa yang berminat dengan program peminatan Bahasa dan Budaya

Batasan Lingkup Perancangan

1. Perancangan ditujukan kepada orang tua siswa sebagai target utama dan siswa sebagai target pendukung;
2. Bentuk final perancangan berbentuk serangkaian Iklan layanan Masyarakat dalam berbagai media yang terintegrasi;
3. Target perancangan adalah masyarakat Indonesia. Secara spesifik dapat dilihat dari empat aspek yaitu demografis, geografis psikografis, dan behavioristis
 - a. Demografis
Secara demografis target perancangan berusia antara 40 -55 tahun.
 - b. Geografis

Target perancangan merupakan orang yang tinggal di Indonesia, terutama yang tinggal di kota besar seperti Surabaya

c. Behavioristis

Secara behavioristis, target perancangan merupakan orang tua siswa yang sedang mencari informasi tentang program peminatan

d. Psikografis

Dari segi psikografis, target perancangan merupakan kalangan yang memikirkan masa depan anaknya dan pilihan hidup sang anak

4. Waktu perancangan adalah pada tahun 2014

Metode Penelitian

Data untuk penelitian dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan sekunder, data primer (primary data) adalah data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang dijalankan. Data primer diperoleh dari sumber pertama biasanya disebut responden atau orang yang dijadikan objek penelitian, dalam penelitian ini data primer diperoleh dari:

a. Observasi (pengamatan)

Observasi meliputi kegiatan pencatatan perilaku orang, objek, dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diamati. Dalam penelitian ini observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung harapan dan sebab orang tua dalam membuat keputusan dalam studi sang anak.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan pada orang tua Calon siswa SMU sebagai *Target Audience* dengan tujuan memperoleh keterangan sejauh mana mereka mengenal program peminatan Bahasa dan Budaya Sastra.

Setelah menemukan data primer, data primer tersebut kemudian diperkuat dengan data sekunder, data sekunder berasal dari:

a. Kepustakaan

Mempelajari dan membantu perancangan dalam merancang iklan layanan masyarakat yang efektif dan komunikatif. Juga untuk mendapatkan teori-teori yang diperlukan sebagai pendukung

b. Internet

Menambah data dan bahan-bahan pendukung yang mungkin tidak dapat dari kepustakaan di mana data dan informasi yang diteliti berupa artikel maupun komentar-komentar seseorang pada forum web tertentu.

Data sekunder yang digunakan untuk mendukung perancangan diperoleh dari berbagai publikasi dengan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisa deskriptif dengan pendekatan fenomenologis yang bukan hanya menjabarkan tetapi juga memadukan informasi yang telah diperoleh dengan fenomena yang ada dimasyarakat.

Analisa yang digunakan adalah analisa kualitatif, dari data-data yang sudah diperoleh kemudian akan diolah, dianalisa, kemudian diambil kesimpulannya berupa opini atau pendapat terakhir yang mencakup data-data yang telah diperoleh dan diteliti.

Pembahasan

Iklan layanan masyarakat (ILM) ialah iklan yang mengkomunikasikan pesan-pesan tentang masalah masalah sosial yang terjadi di sekitar masyarakat. Biasanya iklan jenis ini dilakukan oleh pemerintah, badan-badan sosial atau perusahaan-perusahaan yang menggunakan strategi social marketing dimana perusahaan terkait menggunakan image peduli sosial kepada produk atau korporat perusahaan tersebut (May Lwin,7-9).

Rhenald Kasali dalam buku *Marketing pemasaran* menambahkan langkah-langkah perancangan ILM adalah :

a. Identifikasi Masalah, dilanjutkan dengan pemilihan dan analisa kelompok sasaran. Kelompok ini dianalisis kebutuhannya, suasana psikologis dan sosiologis yang melingkupi, bahasa, jalan pikiran, serta simbol-simbol yang dekat dengannya

b. Menentukan tujuan khusus iklan tentang apa yang diharapkan dapat dicapai melalui kampanye tersebut

c. Menentukan tema iklan. Tema iklan adalah topik pokok atau selling points yang ingin dituju oleh iklan tersebut.

d. Menentukan anggaran iklan yang diperlukan untuk suatu kampanye selama periode tertentu.

e. Perencanaan media. Tahap ini meliputi tiga hal, yakni identifikasi media yang ada dan tersedia, memilih media yang tepat, serta menentukan waktu dan frekuensi penyiaran

f. Menciptakan pesan-pesan iklan yang tercermin dalam keseluruhan tampilan iklan, baik itu headline, sub headline, body copy, artwork, dan logo, yang secara bersama-sama menarik dan memelihara perhatian masyarakat

Fakta-fakta Lapangan

.Program peminatan bahasa hanya ada di sekolah-sekolah tertentu, tidak semua Sekolah Menengah Atas memiliki Program peminatan bahasa, ini dikarenakan

minimnya peserta didik dalam program peminatan bahasa dan budaya.

Program peminatan bahasa relatif jarang ditemukan dan dijumpai, terutama pada tahun 1980 keatas, sehingga informasi tentang program peminatan ini dapat dibilang cukup jarang ditemui.

Program peminatan bahasa dianggap tidak memiliki prospek kerja yang baik, ini disebabkan stigma di masyarakat bahwa program peminatan bahasa dan budaya adalah untuk anak-anak yang tidak berprestasi secara akademik di program peminatan lainnya.

Program peminatan bahasa relatif memiliki jumlah peminat paling sedikit jika dibandingkan dengan program peminatan lain dengan tiap sekolah biasanya hanya memiliki satu kelas untuk program peminatan bahasa.

Siswa program peminatan bahasa juga dapat dikatakan relatif berprestasi jika dibandingkan dengan program peminatan lainnya, dimana tidak hanya cukup berprestasi dalam bidang akademis, namun juga dapat dikatakan aktif mengikuti kegiatan berorganisasi disekolahnya.

Siswa Program peminatan bahasa pun tidak luput dari kekecewaan orang tuanya yang terkadang masih belum bisa menerima keputusan mereka dalam mengambil program peminatan bahasa.

Siswa program peminatan Bahasa secara mayoritas mengaku tidak masalah mengambil program peminatan bahasa, merasa mendapatkan pelajaran yang berguna dan tidak khawatir akan masa depannya.

Analisis Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi program peminatan bahasa adalah kekurangan peserta didik, yang menyebabkan program peminatan ini hanya ada disekolah tertentu, hal ini disebabkan beberapa hal, salah satunya adalah minimnya informasi bagi peserta didik dan orang tua siswa mengenai program peminatan bahasa dan budaya.

Minimnya informasi ini disebabkan karena program peminatan bahasa dan budaya, merupakan program peminatan yang kurang begitu umum dibuka di sekolah-sekolah pada umumnya, disini lain program peminatan bahasa dan budaya ini relatif baru dibandingkan dua program peminatan lainnya sehingga, orang tua awam tidak mengenal baik program peminatan ini

Hal ini menjadi masalah ketika peserta didik ingin mengembangkan bakatnya di bidang program peminatan bahasa dan budaya, mereka harus berhadapan dengan stigma program peminatan untuk anak-anak yang tidak mampu masuk ke program peminatan lainnya, juga secara relatif tidak

mengetahui apa program peminatan bahasa dan budaya ini

Namun masalah terbesar buat peserta didik dalam mengambil program peminatan bahasa dan budaya adalah pada orang tua sebagai pengambil keputusan dalam menentukan pendidikan sang anak, cenderung menghindari program peminatan bahasa, yang mana karena kurangnya informasi, dianggap sebagai program peminatan untuk siswa-siswa yang kurang berprestasi secara akademik

Melihat bahwa masalah utama terletak pada minimnya informasi yang dibutuhkan orang tua siswa untuk mengambil keputusan dan menghapus stigma masyarakat awam, maka dibutuhkan sebuah media yang mampu mengedukasi orang tua mengenai program peminatan bahasa dan budaya, dengan dasar itulah perancangan ini dibuat yaitu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan orang tua untuk mengubah paradigma tentang Program peminatan Bahasa

Konsep dari perancangan ILM ini adalah berupa serangkaian iklan yang bersifat menginformasikan kepada orang tua peserta didik mengenai program peminatan bahasa, yaitu tentang hal-hal apa yang perlu diketahui orang tua untuk mengubah paradigma negatif tentang program peminatan Bahasa, yang secara kolektif akan disebut sebagai program DUTA BAHASA, yang didapatkan dari kata eDUkasi peminatan BAHASA dan budaya..

Isi Pesan

Program peminatan bahasa tidak kalah dengan program peminatan lain, serta program peminatan bahasa memiliki banyak keuntungan dan kelebihan yang mana sangat menguntungkan untuk diambil.

Bentuk Pesan (How to Say)

Pesan disampaikan lewat penggunaan visual dengan emphasis pada *copy* dengan sedikit permainan visual pada *typografi*.

Tema Pesan /Big Idea

Apa yang orang tua perlu tahu tentang jurusan bahasa.

Strategi Penyajian Pesan

Tone and manner yang diinginkan persuasif, informatif, inspiratif, *don't-tell-show* dimana khalayak sasaran dapat memahami pesannya tanpa merasa digurui.

Penjaringan ide visual

Penjaringan ide visual dilakukan dengan mencoba menerjemahkan kata duta bahasa secara

visual, dimana sebagai konsep yang tidak berwujud, bahasa sering kali disimbolkan dengan wujud visual seperti balon kata, dimana balon kata ini biasa ditemukan di dalam komik atau seni sekuensial sebagai penanda kata yang diucapkan seseorang tokoh, dimana hal ini dipikir dapat mewakili kata bahasa dengan cukup baik.



Gambar 1. visual bahasa

Sumber: www.language-exchanges.org

Dapat dikatakan balon kata mampu mewakili bahasa sebagai simbol, dimana balon kata dapat dipahami sebagai wujud komunikasi yang disuarakan, dalam bentuk yang disetujui secara universal sebagai simbol kata-kata seseorang atau berbicara.



gambar 3. final logo

logo yang menggunakan bentukan balon kata yang diberi selempang adalah untuk menunjukkan visual dari kata Duta Bahasa, dimana balon kta mewakili konsep bahasa dan budaya, serta selempang untuk mengidentikan logo ini dengan nama duta.

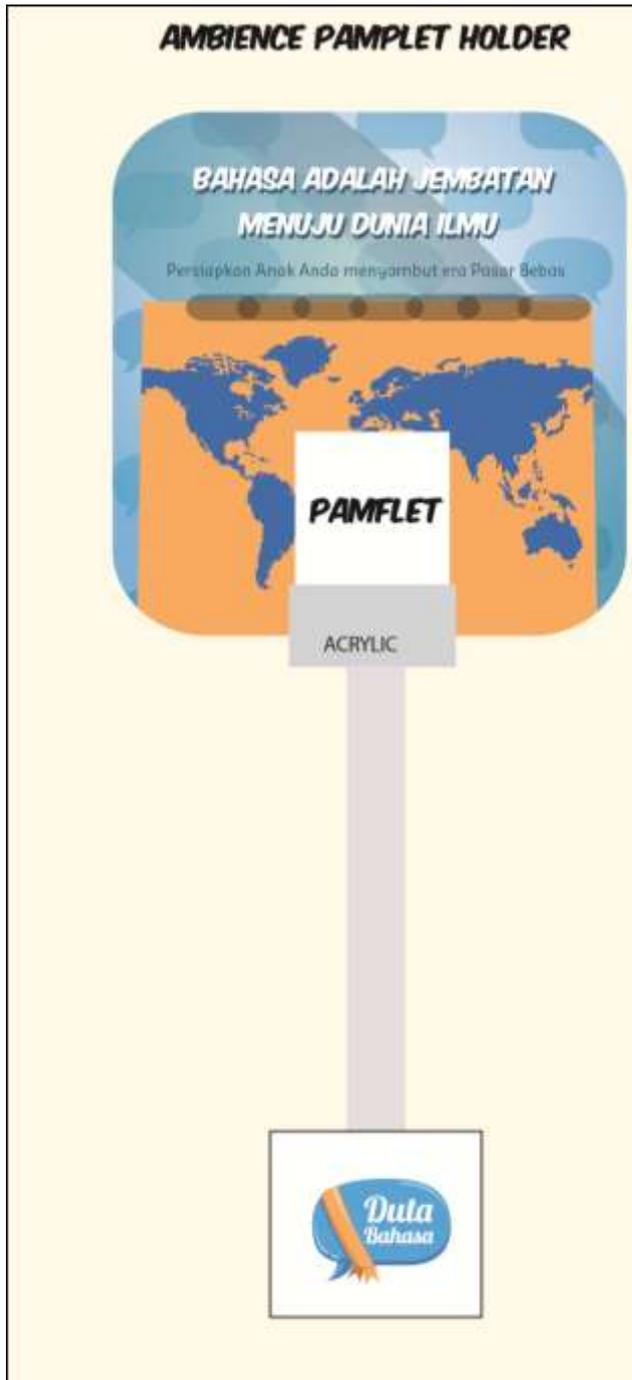


Gambar 2. visual logo duta

Sumber: www.pbcevans.com

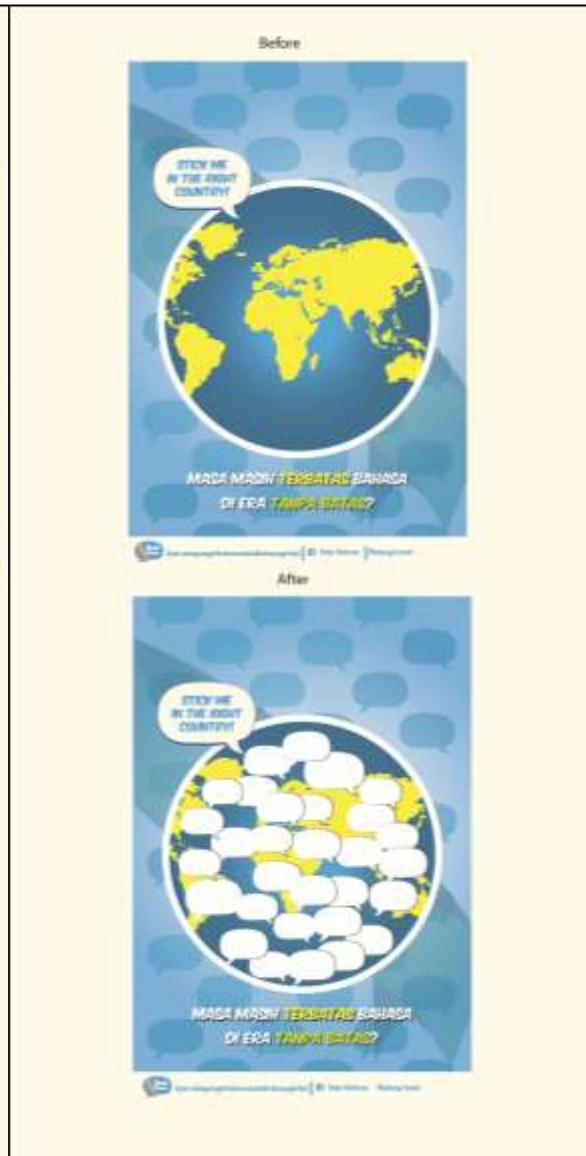
Untuk kata duta, duta sebagai simbol identik dengan pangkat dan pita selempang, dimana duta sering digambarkan sebagai sosok yang menggunakan selendang dan dikenali lewat pangkatnya.

Visual media



gambar 4. *final* ambiance

Ambiance adalah media yang dapat menarik perhatian dari kejauhan untuk kemudian menghentikan khalayak sasaran untuk memperhatikan informasi yang disampaikan oleh media ini.



gambar 5. *final* poster

Untuk poster yang bersifat konvensional sering kali terasa kurang menarik, sehingga dalam perancangan ini, poster dicoba untuk mampu bersifat interaktif dalam artian, mampu mengkomunikasikan pesannya lewat partisipasi siswa, secara konsep poster ini mencoba untuk mengkomunikasikan pesan betapa menarik dan asyiknya belajar bahasa.

Dalam aplikasinya, poster ini diartai stiker balon kata berisi salam dalam berbagai bahasa, untuk kemudian ditempelkan di peta dunia dalam poster sesuai dengan negara dari man salam tersebut berasal



gambar 6. final kaos depan



gambar 8. final pamflet

Pamflet adalah media yang efektif untuk orang tua untuk meringkas informasi yang mereka perlu dalam bentuk yang ringkas dan mudah disimpan dan dibawa-bawa.



gambar 7. final kaos belakang

Kaos adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang tua lewat kaos yang dikenakan oleh sang anak, dimana pesan disampaikan lewat kata-kata yang ditampilkan di pakaian yang dikenakan siswa



gambar 9. final pin



gambar 10. final sticker

Sticker dan pin adalah media pelengkap yang dapat digunakan untuk menarik minat target sekunder, dalam hal ini siswanya sendiri



gambar 11. final cover facebook

bentukan dari tampilan social media facebook yang direncanakan untuk halaman Duta Bahasa, yang terdiri dari dua elemen yaitu profile picture dan cover



gambar 12. final klan koran



gambar 13. final iklan majalah

Iklan majalah dan koran, dipilih untuk dijadikan media dikarenakan sebagai media utama yang digunakan orang tua dalam mencari informasi, majalah dan koran adalah media yang efektif dan cocok untuk digunakan dalam perancangan ini.

Koran biasa merupakan sumber informasi untuk sang ayah maupun ibu dalam keseharian mereka, dan majalah sebagai media penunjang informasi bagi orang tua, dengan menggunakan iklan di kedua media itu secara simultan akan memberikan pesan yang terintegrasi.

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan setelah merancang iklan layanan masyarakat ini adalah bahwa program peminatan bahasa dan budaya masih merupakan program yang dianggap tidak menarik bagi orang tua siswa, dimana hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti adanya stigma program peminatan buangan dimasyarakat, kurangnya informasi mengenai apa yang di pelajari di jurusan bahasa serta jalur karir yang dapat ditempuh nanti dimasa yang akan datang.

Atas dasar itu diputuskanlah untuk membuat sebuah perancangan iklan masyarakat yang mampu

menjawab permasalahan kurangnya informasi buat orang tua, dimana perancangan ini bersifat informasi yang persuasif

Rencana perancangan ini pun disambut dengan baik oleh guru dan siswa dari program peminatan bahasa, dimana tidak adanya sumber informasi cukup merepotkan guru dalam menjelaskan apa itu program peminatan bahasa dan budaya dan apa yang di pelajarnya, dan bagi siswa kesulitan untuk menjelaskan kepada orang tuanya tentang manfaat dan peluang karir dari jurusan bahasa dan budaya.

Saran

Saran untuk sekolah adalah mulai mensosialisasikan program peminatan bahasa dan budaya ke orang tua siswa secara intensif untuk mengubah pola pikir orang tua yang ada dimasyarakat, dimana tanpa dukungan pihak sekolah dalam mensosialisasikan masalah ini, tidak akan ada perubahan yang berarti.

Saran untuk siswa untuk program peminatan bahasa dan budaya adalah untuk terus menunjukkan prestasi yang baik kepada orang tua dan masyarakat untuk mengubah paradigma negatif yang ada dimasyarakat sekarang, hal ini sangat baik untuk menumbangkan pendapat dimasyarakat bahwa program peminatan bahasa dan budaya adalah program yang tidak menjanjikan karir yang baik.

Saran untuk pemerintah harus ada program yang mampu mensosialisasikan hal ini secara resmi, dikarenakan sehubungan dengan adanya masyarakat ekonomi ASEAN negara kita dituntut untuk menyiapkan teanaga kerja yang mampu berbahasa asing dalam jumlah masif dan dalam waktu cepat, dimana mengikuti program peminatan bahasa dan budaya akan sangat membantu siswa untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam rangka menyelesaikan laporan Tugas akhir ini, Penulis merasa perlu untuk mengucapkan terima kasih, yang mana tentu saja sudah selayaknya saya mengucapkan terima kasih yang pertama terhadap Tuhan Yang Maha Esa, yang mana tanpa limpahan kasih dan karunianya, berupa berkat dan kesehatan, serta kehidupan ini, tentu saat ini saya bahkan tidak bisa menuliskan ucapan terima kasih ini, Saya ingin mengucapkan terim kasih kepada:

1. Drs. Heru Dwi Waluyanto., M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran di dalam memberikan pengarahan dalam perancangan Tugas Akhir ini.

2. Hen Dian YudaniST., M.Des selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di dalam memberikan pengarahan dalam perancangan Tugas Akhir ini.

3. Aristachus Pranayama K, B.A.,M.A, selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.

4. Deddi Duto H, S.Sn., M.Si selaku Ketua Tim Penguji yang mana banyak memberikan bimbingan dan masukan demi kebaikan perancangan Tugas Akhir ini

6. Sege nap dosen dan staff pengajar di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.

7. Keluarga tercinta secara spesifik Orang Tua yang telah memberikan dukungan secara moril dan material.

8. Hangga Ganiadi dan Sherly Jessica, yang telah banyak membantu baik secara dukungan moril sampai dengan menemani pengerjaan Tugas Akhir ini, Kalian luar biasa dan penulis berterima kasih untuk itu.

9. Yohanes Nugroho, sebagai teman bertukar pikiran, *Devil's Advocate* Paling jitu, dan cekatan dengan kata-kata.

10. Felix Juwono dan Leonardus Dewabrata, yang sudah mau direpotkan dalam *finishing* karya Tugas Akhir ini.

11. Jairus Robert Solehan yang sudah berbaik hati membantu saya dalam hal riset, dan mau terus mengingatkan tenggat waktu tugas akhir ini serta dukungan morilnya, anda teman yang baik, Bung!

12.SMAK Santa Maria, baik Guru maupun siswanya, terutama kepada mereka yang telah berbaik hati meluangkan waktunya untuk riset, wawancara, sampai dengan hal-hal lain seputar tugas akhir ini.

13.Jessica Claudia, Ketua OSIS SMAK Santa Maria, yang telah sangat banyak membantu pengerjaan perancangan Tugas Akhir ini.

14. Suryadi Chandra dan Jannuar Liawner yang mau direpotkan selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

15.Chandra Sukkajatmika yang telah membantu dalam pembenahan tata tulis Tugas Akhir ini

DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, Budiman. (2005). *Lantaran Tapi Relevan: Dasar-dasar Kreatif Periklanan*. Yogyakarta: Galang Press Media Utama.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*.(1989) Jakarta: Balai Pustaka.
- Kasali, Renald (1992). *Manajemen periklanan*. Jakarta: Grafitti.
- Kasilo, Djito. Komunikasi Cinta. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2008.*
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (1998) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Liliwerti, Alo.(1992) *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Lwin, May & Jim Aitchison.(2005) *Clueless in Advertising*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, 2005.
- "Media". *Media Radio*. 2005. 15 September 2008 <<http://www.belajardekavetiga.blogspot.com>>.
- Widyatama, Rendra.(2002) *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia,
- <http://penelitianindakankelas.blogspot.com/2013/04/download-kurikulum-2013-untuk-sma.html>
- <http://www.tarif.depkeu.go.id/Others/?hi=AFTA>