

Abstract

Dalam skripsi ini, penulis membahas tentang cara membuat slogan yang baik dan cara mendukung agar slogan tersebut berhasil di pasaran. Penulis memilih Pepsi Cola sebagai objek karena Pepsi Cola sudah terkenal sebagai minuman ringan terlaris di dunia. Sejak berdiri dari tahun 1906 Pepsi cola memiliki banyak slogan dalam setiap iklannya.

Slogan adalah sebuah kalimat yang menunjukkan suatu gambaran dari sebuah produk. Slogan yang baik adalah kalimat yang dapat dimengerti oleh konsumen dan dapat memuaskan keinginan konsumen. Slogan dalam sebuah iklan sangat diperlukan karena melalui slogan konsumen dapat mengerti maksud perusahaan membuat produk tersebut.

Promosi adalah sebuah cara perusahaan agar dapat menjual dan memperkenalkan produk mereka kepada konsumen. Salah satu bentuk promosi adalah dengan iklan. Perusahaan melakukan promosi dengan membuat iklan dengan tujuan meningkatkan penjualan produk mereka. Dalam sebuah iklan pun banyak yang harus diperhatikan agar sukses di pasaran.

Sebelum membuat sebuah iklan perusahaan harus menentukan konsumen, apakah mereka anak muda, orang tua, anak-anak, wanita, pria dan sebagainya. Kemudian perusahaan dapat melanjutkan dengan membuat iklan yang sesuai dengan konsumen.

Slogan juga terdapat dalam sebuah iklan karena ini dapat menunjukkan maksud dari perusahaan. Produk tersebut diiklankan dalam berbagai media seperti, televisi, radio, majalah, koran, papan iklan, internet, dan sebagainya. Terbukti bahwa konsumen lebih menyukai iklan yang menampilkan gambar dan suara seperti televisi. Ini disebabkan karena konsumen dapat melihat produk tersebut dengan lebih jelas dan menghibur mereka. Aktor atau aktris yang menjadi peraga dalam iklan produk ini dapat juga membantu penjualan.

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT	i
DECLARATION OF ORIGINALITY	ii
PREFACE	iii
TABLE OF CONTENTS	iv

CHAPTER I INTRODUCTION

I.1. Background of Study.....	1
I.2. Identification of the Problems.....	2
I.3. Objectives and Benefits of the Study.....	2
I.4. Concise History.....	3-4
I.5. Product of the Company.....	4-5
I.6. Limitation of the Study.....	5
I.7. Layout of the Term-Paper.....	5-6

CHAPTER II THEORETICAL REVIEW.....7-12

CHAPTER III PERFORMANCE OF THE RESULT

III.1. Method of the Study.....	13
III.1.1. Choice of Instruments.....	13-14
III.1.2. Data Gathering Process.....	14
III.1.3. Presentation of Data	
III.1.3.1. Interview.....	14-18
III.1.3.2. Observation.....	18-19

CHAPTER IV RESULT AND DESCUSSION OF THE RESULT.....20-21

CHAPTER V CONCLUSION AND SUGGESTION.....22-23

BIBLIOGRAPHY

- APPENDICES:**
1. Interview format in Indonesian Version
 2. Interview format in English Version
 3. Observation format in the Internet