



Judul Skripsi :

**REPRESENTASI SEMANGAT KEJUANGAN DALAM IKLAN KOPI KAPAL API VERSI “SECANGKIR SEMANGAT BUAT NYATA TUJUANMU” DI TELEVISI**

**(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Mercy Cornelia  
Pokaton

NIM : 1510411152



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA



Judul Skripsi :

**REPRESENTASI SEMANGAT KEJUANGAN DALAM IKLAN KOPI KAPAL API VERSI “SECANGKIR SEMANGAT BUAT NYATA TUJUANMU” DI TELEVISI**

**(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Mercy Cornelia  
Pokaton

NIM : 1510411152



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Mercy Cornelia Pokaton

NRP : 1510411152

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 22 Januari 2019

Yang menyatakan,



Mercy Cornelia Pokaton

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Mercy Cornelia Pokaton

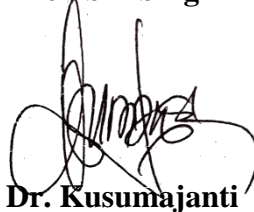
NIM : 1510411152

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Representasi Semangat Kejuangan dalam Iklan Kopi Kapal Api versi “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu” di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

**Pembimbing I**



**Dr. Kusumajanti**

**Penguji I**



**Drs. Supratman, M.Si**

**Penguji II**



**Dra. Siti Maryam, M.Si**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Azwar S.S., M.Si**

**Ditetapkan di : Jakarta**

**Tanggal Ujian : 17 Januari 2019**

## KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa, atas hikmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Representasi Semangat Kejuangan dalam Iklan Kopi Kapal Api versi “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu” di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan proposal skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Advertising*, FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan yang baik ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi serta menemani peneliti sehingga terselesainya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Kusumajanti, M.Si sebagai Dosen Pembimbing Skripsi 1, dan selaku PLH Dekan FISIP UPN “Veteran” Jakarta, terima kasih telah membimbing dan memberikan waktunya dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Azwar, S.S.,M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi 2, yang telah memberikan masukan dan mengoreksi penulisan skripsi peneliti.
3. Ibu Dra. Siti Maryam, M. Si., selaku Wakil Dekan 1 yang telah membantu peneliti dalam urusan akademik selama perkuliahan.
4. Ibu Dra. Hermina selaku Wakil Dekan 2 yang telah membantu peneliti dalam mengurus masalah keuangan selama perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu jajarannya Tata Usaha yang telah membantu mengurus dokumen-dokumen penting peneliti selama perkuliahan.
6. Para Dosen yang telah membimbing dan memberikan informasi bermanfaat untuk peneliti sehingga peneliti dapat menempuh tugas akhir ini.

7. Keluarga penulis, papa, mama, adik, opa, oma, dan saudara-saudara yang selalu memberikan dukungan doa dan semangat.
8. Mba Irma Agustanti selaku *Account Director* dari agensi Havas Village Jakarta yang telah membantu dalam proses penelitian ini.
9. Farah Nisa, Aditya DJ, Diastry Sekar, Mutiah Nurul, Salsabila Radisa, Kezia Sarmauli, Mega Mercia, Shelya Diptanala, Rizky Rahayu, Putri Apriani, Raihanah Sari, Intan Ayu, Prima Hanifa, Annisa Karinda, Fariz, Rizky, Afina, Chatrin, Meivi, Danika, Frederika Nana, Okta Rima, Angel, Prana, Etta, Kakak Nita, rekan-rekan pelayan Pelkat PA Markus, keluarga dalam GRUP TETANGGA, teman-teman peneliti juga teman-teman dalam konsentrasi *Advertising* dan Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis berharap mendapatkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar skripsi ini lebih baik. Peneliti berharap agar skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk para pembaca sekalian. Amin.

Jakarta, 9 November 2018

Penulis,



Mercy Cornelia Pokaton

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mercy Cornelia Pokaton  
NRP : 1510411152  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“REPRESENTASI SEMANGAT KEJUANGAN DALAM IKLAN KOPI KAPAL API VERSI “SECANGKIR SEMANGAT BUAT NYATA TUJUANMU” DI TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Januari 2019

Yang Menyatakan



Mercy Cornelia Pokaton

**REPRESENTASI SEMANGAT KEJUANGAN DALAM IKLAN KOPI  
KAPAL API VERSI “SECANGKIR SEMANGAT BUAT NYATA  
TUJUANMU” DI TELEVISI  
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

**MERCY CORNELIA**

**ABSTRAK**

Iklan kopi Kapal Api versi “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu” di televisi ini menarik karena memiliki tema iklan yang berbeda dengan iklan kopi komersial pada umumnya. Iklan kopi lain cenderung mengangkat tema tentang gaya hidup anak muda dan langsung menampilkan keunggulan produk kopinya. Berbeda dengan Kapal Api yang menghadirkan tema “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu”. Hal ini selaras dengan nilai-nilai luhur Kapal Api yang memegang teguh pada penghargaan pada semangat hidup, bangga, dan setia pada solidaritas sosial. Dalam iklan ini banyak menggambarkan tanda dan makna yang menggambarkan semangat dalam berjuang untuk mencapai mimpi mereka masing-masing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi semangat kejuangan yang ada dalam iklan Kapal Api versi “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu” di televisi. Penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce yang menggunakan *triangle meaning semiotics* dan turunannya yakni *sign*, *object* dan *interpretant*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat interpretatif untuk menjelaskan makna semangat kejuangan di balik iklan tersebut. Penelitian ini menghasilkan analisis *sign*, *object* dan *interpretant* dari iklan Kapal Api versi “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah iklan Kapal Api merepresentasikan nilai semangat kejuangan yang terdapat pada *sign* yang tergambar pada profesi masing-masing tokoh, *object* yang ditampilkan dalam setiap kegiatan setiap tokoh ketika berjuang untuk menggapai mimpinya dan *interpretant* dapat dimengerti dari penggambaran setiap *scene* dan pada musik latar yang bersemangat, suara *voice over* yang menggebu-gebu dan grafis “Secangkir Semangat” #buatnyatatujuanmu.

Kata kunci: Representasi, Semangat Kejuangan, Semiotika, Charles Sanders Peirce, Kapal Api.



**REPRESENTATION OF SPIRIT OF THE STRUGGLE IN THE KAPAL  
API'S TVC VERSION "SECANGKIR SEMANGAT BUAT NYATA  
TUJUANMU"  
(CHARLES SANDERS PEIRCE'S SEMIOTICS ANALYSIS)**

**MERCY CORNELIA**

**ABSTRACT**

*The Kapal Api coffee advertisement for "Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu" on television is interesting because it has a different advertising theme than commercial coffee ads in general. Other coffee advertisements tend to raise the theme of young people's lifestyles and directly display the superiority of their coffee products. It's different from Kapal Api which presents the theme "Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu". This is in line with the noble values of Kapal Api, which adheres to the appreciation of the spirit of life, pride, and loyalty to social solidarity. In this advertisement, many describe signs and meanings that describe the spirit of struggling to achieve their respective dreams. This study aims to find out the representation of the spirit of struggle in the Api Api advertisement "Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu" on television. This study was analyzed using Charles Sanders Peirce's semiotic approach which uses a triangle of meaning semiotics and derivatives, namely sign, object and interpretant. The method used in this study is an interpretive qualitative method to explain the spirit of the struggle behind the ad. This research produces an analysis of sign, object and interpretant from the Kapal Api advertisement version of "Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu". The conclusion of this study is that Kapal Api advertisement represents the value of the spirit of struggle contained in the sign that is reflected in the profession of each character, the object displayed in each activity of each character when struggling to reach his dream and interpretant can be understood from the depiction of each scene and background music passionate, passionate voice over and "Secangkir Semangat" graphics.*

*Keywords: Representation, The Spirit of The Struggle, Charles Sanders Peirce's Semiotics, Kapal Api.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Signifikansi Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Definisi Konsep Penelitian .....	12
2.2.1 Representasi.....	12
2.2.2 Semangat Kejuangan.....	15
2.2.3 Media Massa.....	16
2.2.4 Iklan Televisi.....	18
2.3. Teori Penelitian .....	21
2.3.1. Teori Semiotika.....	21
2.3.2. Semiotika Iklan.....	24
2.3.3. Semiotika Charles Sanders Peirce.....	25
2.4. Kerangka Berpikir.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	30
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.2.1. Data Premier.....	31
3.2.2. Data Sekunder.....	32

3.3. Informan Penelitian.....	32
3.4. Teknik Analisis Data.....	33
3.5. Teknik Keabsahan Data.....	34
3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	36
4.1.2. Profil Perusahaan.....	38
4.1.3. Produk Kapal Api dan Jenis Iklan TVC <i>Corporate Kapal Api</i> .....	39
4.2. Hasil Penelitian .....	46
4.2.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.2.2. Hasil Wawancara.....	47
4.2.3. Analisis <i>Scene</i> Representasi Semangat Kejuangan dalam Iklan Kopi Kapal Api versi “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu” di Televisi.....	58
4.3. Pembahasan.....	134
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>142</b>
5.1. Kesimpulan .....	142
5.2. Saran.....	143
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>145</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kesimpulan dari penelitian terdahulu.....	10
Tabel 2. Jenis tanda dan cara kerjanya.....	27
Tabel 3. Jadwal penelitian.....	35
Tabel 4. Analisis <i>Scene</i> 1.....	58
Tabel 5. Analisis <i>Scene</i> 2.....	59
Tabel 6. Analisis <i>Scene</i> 3.....	60
Tabel 7. Analisis <i>Scene</i> 4.....	61
Tabel 8. Analisis <i>Scene</i> 5.....	63
Tabel 9. Analisis <i>Scene</i> 6.....	64
Tabel 10. Analisis <i>Scene</i> 7.....	65
Tabel 11. Analisis <i>Scene</i> 8.....	66
Tabel 12. Analisis <i>Scene</i> 9.....	68
Tabel 13. Analisis <i>Scene</i> 10.....	70
Tabel 14. Analisis <i>Scene</i> 11.....	71
Tabel 15. Analisis <i>Scene</i> 12.....	72
Tabel 16. Analisis <i>Scene</i> 13.....	74
Tabel 17. Analisis <i>Scene</i> 14.....	75
Tabel 18. Analisis <i>Scene</i> 15.....	76
Tabel 19. Analisis <i>Scene</i> 16.....	77
Tabel 20. Analisis <i>Scene</i> 17.....	78
Tabel 21. Analisis <i>Scene</i> 18.....	79
Tabel 22. Analisis <i>Scene</i> 19.....	80
Tabel 23. Analisis <i>Scene</i> 20.....	81
Tabel 24. Analisis <i>Scene</i> 21.....	82
Tabel 25. Analisis <i>Scene</i> 22.....	83
Tabel 26. Analisis <i>Scene</i> 23.....	84
Tabel 27. Analisis <i>Scene</i> 24.....	85
Tabel 28. Analisis <i>Scene</i> 25.....	86
Tabel 29. Analisis <i>Scene</i> 26.....	87

<b>Tabel 30. Analisis <i>Scene</i> 27.....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 31. Analisis <i>Scene</i> 28.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 32. Analisis <i>Scene</i> 29.....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 33. Analisis <i>Scene</i> 30.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 34. Analisis <i>Scene</i> 31.....</b>	<b>93</b>
<b>Tabel 35. Analisis <i>Scene</i> 32.....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 36. Analisis <i>Scene</i> 33.....</b>	<b>95</b>
<b>Tabel 37. Analisis <i>Scene</i> 34.....</b>	<b>96</b>
<b>Tabel 38. Analisis <i>Scene</i> 35.....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel 39. Analisis <i>Scene</i> 36.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 40. Analisis <i>Scene</i> 37.....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 41. Analisis <i>Scene</i> 38.....</b>	<b>102</b>
<b>Tabel 42. Analisis <i>Scene</i> 39.....</b>	<b>103</b>
<b>Tabel 43. Analisis <i>Scene</i> 40.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 44. Analisis <i>Scene</i> 41.....</b>	<b>105</b>
<b>Tabel 45. Analisis <i>Scene</i> 42.....</b>	<b>106</b>
<b>Tabel 46. Analisis <i>Scene</i> 43.....</b>	<b>108</b>
<b>Tabel 47. Analisis <i>Scene</i> 44.....</b>	<b>110</b>
<b>Tabel 48. Analisis <i>Scene</i> 45.....</b>	<b>112</b>
<b>Tabel 49. Analisis <i>Scene</i> 46.....</b>	<b>113</b>
<b>Tabel 50. Analisis <i>Scene</i> 47.....</b>	<b>115</b>
<b>Tabel 51. Analisis <i>Scene</i> 48.....</b>	<b>117</b>
<b>Tabel 52. Analisis <i>Scene</i> 49.....</b>	<b>119</b>
<b>Tabel 53. Analisis <i>Scene</i> 50.....</b>	<b>121</b>
<b>Tabel 54. Analisis <i>Scene</i> 51.....</b>	<b>122</b>
<b>Tabel 55. Analisis <i>Scene</i> 52.....</b>	<b>123</b>
<b>Tabel 56. Analisis <i>Scene</i> 53.....</b>	<b>124</b>
<b>Tabel 57. Analisis <i>Scene</i> 54.....</b>	<b>126</b>
<b>Tabel 58. Analisis <i>Scene</i> 55.....</b>	<b>127</b>
<b>Tabel 59. Analisis <i>Scene</i> 56.....</b>	<b>128</b>
<b>Tabel 60. Analisis <i>Scene</i> 57.....</b>	<b>129</b>

<b>Tabel 61. Analisis <i>Scene</i> 58.....</b>	<b>130</b>
<b>Tabel 62. Analisis <i>Scene</i> 59.....</b>	<b>131</b>
<b>Tabel 63. Analisis <i>Scene</i> 60.....</b>	<b>132</b>
<b>Tabel 64. Analisis <i>Scene</i> 61.....</b>	<b>133</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model segitiga Semiotika Peirce.....	26
Gambar 2. Kerangka berpikir.....	29
Gambar 3. Model analisis semioika Charles Sanders Peirce.....	34
Gambar 4. Logo Kapal Api.....	38
Gambar 5. Varian produk Kapal Api.....	39
Gambar 6. <i>Scene</i> Iklan Kapal Api tahun 2011 versi “Secangkir Semangat Untuk Indonesia”.....	40
Gambar 7. <i>Scene</i> Iklan Kapal Api tahun 2011 versi “Semangat Yang Melegenda”.....	41
Gambar 8. <i>Scene</i> Iklan Kapal Api tahun 2012 versi “Semangat Tak Terganti.....	42
Gambar 9. <i>Scene</i> Iklan Kapal Api tahun 2012 versi “Raga Yang Berkarya”.....	43
Gambar 10. <i>Scene</i> Iklan Kapal Api tahun 2017 versi “Secangkir Semangat Untuk Bhinneka Tunggal Ika”.....	44
Gambar 11. <i>Scene</i> Iklan Kapal Api tahun 2017 versi “Semangat Kemerdekaan”.....	45
Gambar 12. <i>Scene</i> Iklan Kapal Api tahun 2018 versi “Secangkir Semangat Buat Nyata Tujuanmu”.....	46
Gambar 13. Kapal Api Mempersembahkan.....	58
Gambar 14. Atlet yang bersiap latihan di pagi buta.....	59
Gambar 15. Pria sedang minum kopi Kapal Api.....	60
Gambar 16. Atlet melakukan latihan fisik.....	61
Gambar 17. Atlet sedang latihan menggiring bola.....	63
Gambar 18. Ekspresi atlet yang berlatih.....	64
Gambar 19. Wanita dalam bis.....	65
Gambar 20. Artikel “ <i>Travel Blogger Sukses</i> ”.....	66
Gambar 21. Peta Indonesia yang ditemplei kertas <i>post it</i> .....	68
Gambar 22. Wanita sedang minum kopi Kapal Api.....	70

Gambar 23. Wanita tersenyum ke luar jendela bis.....	71
Gambar 24. Atasan yang sedang menginstruksikan pekerjaan.....	72
Gambar 25. Montir bengkel sedang mengangkat ban.....	74
Gambar 26. Montir bengkel sedang melakukan servis mesin.....	75
Gambar 27. Barista sedang mengangkat keranjang barang.....	76
Gambar 28. Barista yang sedang bekerja.....	77
Gambar 29. Membuat kopi dengan mesin kopi espresso.....	78
Gambar 30. Ekspresi barista yang kelelahan.....	79
Gambar 31. Barista yang mengantarkan pesanan kopi ke pelanggan.....	80
Gambar 32. Montir bengkel sedang fokus bekerja.....	81
Gambar 33. Montir bengkel yang sedang menyelesaikan pekerjaannya.....	82
Gambar 34. Tampilan <i>sachet</i> kopi Kapal Api.....	83
Gambar 35. Montir bengkel menikmati segelas kopi Kapal Api.....	84
Gambar 36. Barista menawarkan kopi Kapal Api kepada rekan kerjanya...85	
Gambar 37. Ekspresi barista yang tersenyum semangat.....	86
Gambar 38. Kedua Barista sedang menikmati kopi Kapal Api hangat.....	87
Gambar 39. Musisi yang mencoret buku lagunya.....	88
Gambar 40. Musisi yang berlatih menggunakan gitar.....	89
Gambar 41. Musisi yang fokus berlatih di studio musik.....	90
Gambar 42. Tangan pengrajin yang sedang membuat bentuk keramik.....	91
Gambar 43. Tangan pengrajin yang meremukkan adonan bentuk keramik.93	
Gambar 44. Ekspresi pengrajin keramik ketika gagal membentuk keramik.94	
Gambar 45. Suasana studio pengrajin keramik.....	95
Gambar 46. Tangan yang mengambil segelas kopi Kapal Api.....	96
Gambar 47. Pengrajin keramik yang berbincang dengan kedua temannya...97	
Gambar 48. Ekspresi pengrajin keramik yang tersenyum.....	99
Gambar 49. Tangan yang mengaduk kopi dan tampilan <i>sachet</i> kopi Kapal Api.....	101
Gambar 50. Seorang yang menawarkan kopi Kapal Api pada temannya....	102
Gambar 51. Seorang pria menikmati segelas kopi Kapal Api hangat.....	103
Gambar 52. Ekspresi pria yang bersemangat.....	104



Gambar 53. Musisi yang sukses menggelar konser.....	105
Gambar 54. Suasana konser yang ramai.....	106
Gambar 55. Karya keramik bertuliskan “Semangat Gapai Mimpi” .....	108
Gambar 56. Seniman keramik sukses mengadakan pameran karyanya.....	110
Gambar 57. Seniman keramik yang tersenyum.....	112
Gambar 58. <i>Builder motor</i> sedang menjelaskan mengenai motor <i>custom</i> .....	113
Gambar 59. <i>Builder motor</i> memeragakan sesuatu dengan tangannya.....	115
Gambar 60. Barista wanita sedang menuangkan air hangat ke gelas kopi...117	
Gambar 61. Kepala barista sedang menginstruksikan sesuatu.....	119
Gambar 62. Kepala barista yang menyemangati pegawainya.....	121
Gambar 63. Kepala barista sedang menyemangati pegawai yang bekerja....	122
Gambar 64. Pemandangan Pulau Komodo.....	123
Gambar 65. Seorang wanita sedang membuat vlog di Pulau Komodo.....	124
Gambar 66. <i>Landscape</i> Pulau Komodo dari atas.....	126
Gambar 67. Tim sepak bola yang keluar menuju lorong stadion.....	127
Gambar 68. Semangat tim sepak bola.....	128
Gambar 69. Tim sepak bola berlari keluar stadion.....	129
Gambar 70. Tim sepak bola berlari keluar stadion (tampak belakang).....	130
Gambar 71. Stadion GBK saat pertandingan berlangsung.....	131
Gambar 72. Secangkir semangat kopi Kapal Api.....	132
Gambar 73. Grafis Kapal Api #BuatNyataTujuanmu.....	133
Gambar 74. Tampilan <i>about</i> pada <i>website</i> Secangkir Semangat.....	138
Gambar 75. Tampilan video <i>tutorial</i> pada <i>website</i> Secangkir Semangat.....	138
Gambar 76. Para Juri dan Mentor Program	
Gerakan Secangkir Semangat #buatnyatatujuanmu.....	139
Gambar 77. Tampilan dukungan Kapal Api lewat sepaket semangat.....	140

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran A</b>	<b>Transkrip Wawancara dengan Pihak Agensi.....</b>	<b>A1</b>
	<b>Transkrip Wawancara dengan Pihak Khalayak.....</b>	<b>A2</b>
<b>Lampiran B</b>	<b>Surat Riset.....</b>	<b>B1</b>
<b>Lampiran C</b>	<b>Daftar Riwayat Hidup.....</b>	<b>C1</b>