Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Judul : **PERANCANGAN *COPYWRITING* IKLAN TVC "SUGUS *STILL ALIVE*" UNTUK MENCIPTAKAN *BRAND AWAREN*ESS PERMEN SUGUS**

Nama : Radit Pratama Priawan

Nim : 44311010011

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Bibliografi : 5 Bab + 85 Halaman + 2 Diagram + 7 Tabel + 17 Gambar + 25 Buku + 4 Sumber lain

ABSTRAK

Sugus merupakan salah satu merek permen yang ada di Indonesia, sempat menjadi *market leader* di kategori jenis permen, namun sekarang permen Sugus mengalami kemunduran dalam hal pengetahuan merek maupun penjualan. Hal ini disebabkan karena PT. Wrigley selaku pemilik merek Sugus tidak lagi melakukan kegiatan promosi. Perancang akan membuat iklan televisi untuk produk permen Sugus, yang dalam perancangan ini akan dibahas dari sisi sebagai seorang *copywriter* (penulis naskah iklan). Perancangan iklan ini bertujuan untuk menciptakan *Brand Awareness* merek permen Sugus agar merek Sugus bisa diketahui oleh *target market* mereka yang merupakan anak-anak dengan usia 7-15 tahun

Perancang menggunakan konsep dasar periklanan dengan menggunakan *Brand Awareness* sebagai tujuan utamanya, dimana dalam perancangan ini menggunakan media TV *Commercial*. Terdapat proses produksi iklan televisi ditilik dari sisi seorang *copywriter* serta terdapat tema 90an di dalamnya (permainan tradisional)

Dengan judul dalam iklan yang perancang gunakan, yaitu "*Sugus Still Alive*", sebuah *statement*, yang menyatakan bahwa ada merek permen bernama Sugus, dan sekaligus menyatakan bahwa, permen Sugus masih ada hingga sekarang. Iklan ini menampilkan adegan beberapa permainan tradisional yang diharapkan akan membantu menciptakan pengetahuan merek di benak para *target market* Sugus, karena era permainan tradisioanal bersamaan dengan era dimana merek Sugus mengalami kejayaan.

Pembuatan iklan ini mencakup proses *creative brief*, dimana perancang sebagai *Copywriter* bersama *Art Director* mengalirkan *brief* iklan tersebut dalam bentuk *Storyline* dan *Storyboard* untuk kemudian melakukan proses *shooting* yang bertempat di SD/SMP Al-Azhar Kembangan, Jakarta Barat. Perancang mendapatkan kesimpulan bahwa, teks dalam iklan sangat berpengaruh terhadap tersampainya pesan iklan oleh khalayak yang melihat. Iklan *TVC* merupakan media periklanan tradisional yang cukup efektif bagi produk atau merek yang ingin menciptakan *brand awereness* tentang produk mereka di benak para khalayak yang melihat.