



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KREATIF IKLAN KAMPANYE BIOSKOP MIING-RATNO
SEBAGAI CALON WALIKOTA TANGERANG
(STUDI KASUS PADA PT SINERGI MITRA CESTRI)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi
Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

AFRIDA HELENA PARINDURI

44311110048

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Kreatif Iklan Kampanye Bioskop Miing Ratno
Sebagai Calon Walikota Tangerang
(Studi Kasus Pada Sinergi Mitra Cestri)

Nama : Afrida Helena Parinduri

NIM : 44311110048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 11 April 2014

Disetujui dan diterima oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing Skripsi

Dr. Farid Hamid, M. Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Strategi Kreatif Iklan Kampanye Bioskop Miing Ratno
Sebagai Calon Walikota Tangerang
(Studi Kasus Pada Sinergi Mitra Cestri)

Nama : Afrida Helena Parinduri

NIM : 44311110048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 11 April 2014

Ketua Sidang



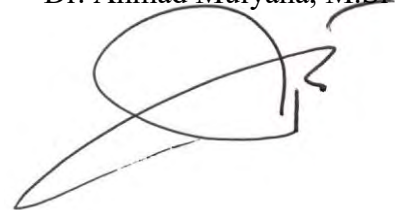
Drs. Dadan Iskandar, M.Si

Penguji Ahli



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Pembimbing



Dr. Farid Hamid, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Strategi Kreatif Iklan Kampanye Bioskop Miing Ratno
Sebagai Calon Walikota Tangerang
(Studi Kasus Pada Sinergi Mitra Cestri)

Nama : Afrida Helena Parinduri

NIM : 44311110048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 11 April 2014

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

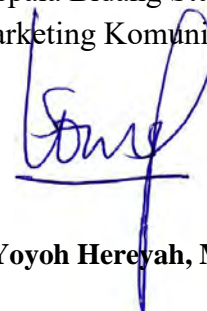
(Dr. Farid Hamid, M. Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Kepala Bidang Studi
Marketing Komunikasi



(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Pertama-tama puji dan syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan berkah-Nya, skripsi ini bisa selesai. Tak lupa juga shalawat serta salam bagi Muhammad SAW., beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini peneliti buat sebagai syarat kelulusan dari program Strata 1 Marketing Communication and Advertising Universitas Mercubuana. Setelah sekian lama menjalani proses belajar-mengajar, tibalah saatnya peneliti membuat skripsi ini sebagai tugas terakhir. Meski begitu, peneliti sadar, selesainya skripsi, bukan pula selesai belajar.

Skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu izinkan peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., atas bimbingan, ilmu, dan kesabarannya dalam membimbing penulis, hingga akhirnya skripsi ini dapat selesai. Semoga Allah membalasnya dengan pahala yang berlipat ganda.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Dr.Agustina, M. Si
3. Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Drs. A. Rachman H.I, M. Si
4. Ketua Bidang Studi Marketing Communication and Advertising, Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si

5. Sekretaris Bidang Studi Marketing Communication and Advertising, Ira Purwitasari, M.Ikom
6. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si dan Drs. Dadan Iskandar, M.Si selaku dosen penguji dan ketua sidang. Terima kasih atas masukan yang diberikan.
7. Kedua orangtua penulis, Ir. Achmad Sanusi Parinduri dan Derlina Lubis. Terima kasih telah atas cinta, sayang, perhatian, dan doa yang tak pernah putus.
8. Kakak-Kakakku, Kak Yuli dan Kang Obi serta Abang dan Kak Linda. Terima kasih banyak atas dukungan dan doa yang selalu diberikan.
9. *My adorable princes*, (alm) Mikail Nibras, Kayden Athrab, Fabian Al-Arancia, dan Jibriel Aysar. *Thank you for making my world so bright and colorful.*
10. Segenap awak PT Sinergi Mitra Cestri, Bang Baso, Mas Abenk, Mas Nefo, Bang Machsan, Mas Yoki, dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan dan doanya selama ini.
11. Bang Miing, atas kesediannya menjadi objek pada skripsi ini.
12. *The wonderful ISee Crew*, Kak Nuna, Putra, Septi, Dee, Mbak Sri, Mbak Wiwik, Lia, Bang Irham, Bang Farhan, Bang Opick, Mas Putro, Richard, Ocky, Dudung, Joko, Hamid, Mamo, Mamat, dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. *You rawk, guys!*
13. *The best besties ever*, Corry, Dina, Icha, Kak Ayu, Kak Adel, Doni, Pzay. Tanpa kalian, mungkin saya mati bosan.

14. Teman-teman seperjuangan angkatan 19, Marcomm and Advertising Mercubuana. *Especially* Dian, Eva, Diaz, Bang Sukma. Juga teman seperjuangan saat skripsi, Eddy dan Hilda. *Thank you for the togetherness we shared.*
15. *My future*, Benny Nursalim. Kita bersatu tak bisa dipisahkan.
16. Dan pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Seperti kata pepatah, *tiada gading yang tak retak*, peneliti sadar masih banyak kekurangan pada skripsi ini. Untuk itu, kritik dan saran sangat peneliti nantikan demi kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini membawa manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 April 2014

Afrida Helena Parinduri

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Akademis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Periklanan	11
2.1.1. Periklanan Dalam Sistem Komunikasi Massa	15
2.1.2. Bioskop Sebagai Media Periklanan	16
2.1.3. Strategi Kreatif	18

2.1.4.	Pengembangan Strategi Kreatif	20
2.1.5.	Daya Tarik Periklanan	21
2.1.6.	Gaya-Gaya Eksekusi Kreatif	22
2.1.7.	Proses Pembuatan Iklan	23
2.1.8.	Menentukan Media	25
2.1.9.	Pengaruh Iklan Terhadap Konsumen	27
2.2	Marketing Politik	28
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.	Paradigma Penelitian	31
3.2.	Metode Penelitian	32
3.3.	Fokus Penelitian	34
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1.	Sumber Primer	35
3.4.2.	Sumber Sekunder	36
3.5.	Teknik Analisis Data	36
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1.	Kilas Profil PT Sinergi Mitra Cestri	38
4.1.2.	Kilas Profil Miing	42
4.1.3.	Kilas tentang Iklan Kampanye Miing-Ratno	45
4.2.	Hasil Penelitian	46

4.2.1. Tahapan Prosedur	47
4.2.1.1. Tahap <i>Pitching</i>	48
4.2.1.2. Tahap <i>Presentation</i>	50
4.2.1.3. Tahap <i>Dealing</i>	51
4.2.1.4. <i>Client Brief</i>	51
4.2.1.5. <i>Internal Meeting</i>	52
4.2.1.6. Pelaksanaan	52
4.2.1.7. Revisi	52
4.2.2. Strategi Kreatif	53
4.2.2.1. Riset	54
4.2.2.2. <i>Brain Storming</i>	55
4.2.3. Eksekusi Strategi Kreatif	60
4.2.3.1. Proses Pra Produksi	61
4.2.3.2. Proses Produksi	68
4.2.3.3. Proses Pasca Produksi	69
4.2.3.4. Hasil Akhir Iklan	70

4.3. Pembahasan	73
-----------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	halaman
Tabel 1.	<i>Jadwal Shooting</i> Iklan Miing	60
Table 2.	<i>Storyline</i> Iklan Miing	63
Tabel 3.	<i>Director's Treatment</i> Iklan Kampanye Miing	67
Table 4.	<i>Rundown</i> Iklan Miing	68



DAFTAR BAGAN

Nomor	Nama	halaman
Bagan 1.	Struktur Organisasi PT. Sinergi Mitra Cestri	39
Bagan 2.	Alur Tahapan Prosedur	48
Bagan 3.	Alur Prosedur Strategi Kreatif	54
Bagan 4.	Tahapan Proses Eksekusi Strategi Kreatif	61
Bagan 5	Tahapan Pembuatan Iklan Kampanye Bioskop Miing – Ratno	73



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	halaman
Gambar 1.	LPSE PT Sinergi MICE	42
Gambar 2.	Material Kampanye Miing	50
Gambar 3.	<i>Storyboard</i> Iklan Miing	65
Gambar 4.	Cuplikan Iklan Miing	72



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Pertama-tama puji dan syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan berkah-Nya, skripsi ini bisa selesai. Tak lupa juga shalawat serta salam bagi Muhammad SAW., beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini peneliti buat sebagai syarat kelulusan dari program Strata 1 Marketing Communication and Advertising Universitas Mercubuana. Setelah sekian lama menjalani proses belajar-mengajar, tibalah saatnya peneliti membuat skripsi ini sebagai tugas terakhir. Meski begitu, peneliti sadar, selesainya skripsi, bukan pula selesai belajar.

Skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu izinkan peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., atas bimbingan, ilmu, dan kesabarannya dalam membimbing penulis, hingga akhirnya skripsi ini dapat selesai. Semoga Allah membalasnya dengan pahala yang berlipat ganda.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Dr.Agustina, M. Si
3. Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Drs. A. Rachman H.I, M. Si
4. Ketua Bidang Studi Marketing Communication and Advertising, Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si

5. Sekretaris Bidang Studi Marketing Communication and Advertising, Ira Purwitasari, M.Ikom
6. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si dan Drs. Dadan Iskandar, M.Si selaku dosen penguji dan ketua sidang. Terima kasih atas masukan yang diberikan.
7. Kedua orangtua penulis, Ir. Achmad Sanusi Parinduri dan Derlina Lubis. Terima kasih telah atas cinta, sayang, perhatian, dan doa yang tak pernah putus.
8. Kakak-Kakakku, Kak Yuli dan Kang Obi serta Abang dan Kak Linda. Terima kasih banyak atas dukungan dan doa yang selalu diberikan.
9. *My adorable princes*, (alm) Mikail Nibras, Kayden Athrab, Fabian Al-Arancia, dan Jibriel Aysar. *Thank you for making my world so bright and colorful.*
10. Segenap awak PT Sinergi Mitra Cestri, Bang Baso, Mas Abenk, Mas Nefo, Bang Machsas, Mas Yoki, dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan dan doanya selama ini.
11. Bang Miing, atas kesediannya menjadi objek pada skripsi ini.
12. *The wonderful ISee Crew*, Kak Nuna, Putra, Septi, Dee, Mbak Sri, Mbak Wiwik, Lia, Bang Irham, Bang Farhan, Bang Opick, Mas Putro, Richard, Ocky, Dudung, Joko, Hamid, Mamo, Mamat, dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. *You rawk, guys!*
13. *The best besties ever*, Corry, Dina, Icha, Kak Ayu, Kak Adel, Doni, Pzay. Tanpa kalian, mungkin saya mati bosan.

14. Teman-teman seperjuangan angkatan 19, Marcomm and Advertising Mercubuana. *Especially* Dian, Eva, Diaz, Bang Sukma. Juga teman seperjuangan saat skripsi, Eddy dan Hilda. *Thank you for the togetherness we shared.*
15. *My future*, Benny Nursalim. Kita bersatu tak bisa dipisahkan.
16. Dan pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Seperti kata pepatah, *tiada gading yang tak retak*, peneliti sadar masih banyak kekurangan pada skripsi ini. Untuk itu, kritik dan saran sangat peneliti nantikan demi kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini membawa manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 April 2014

Afrida Helena Parinduri

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Akademis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Periklanan	11
2.1.1. Periklanan Dalam Sistem Komunikasi Massa	15
2.1.2. Bioskop Sebagai Media Periklanan	16
2.1.3. Strategi Kreatif	18

2.1.4.	Pengembangan Strategi Kreatif	20
2.1.5.	Daya Tarik Periklanan	21
2.1.6.	Gaya-Gaya Eksekusi Kreatif	22
2.1.7.	Proses Pembuatan Iklan	23
2.1.8.	Menentukan Media	25
2.1.9.	Pengaruh Iklan Terhadap Konsumen	27
2.2	Marketing Politik	28
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.	Paradigma Penelitian	31
3.2.	Metode Penelitian	32
3.3.	Fokus Penelitian	34
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1.	Sumber Primer	35
3.4.2.	Sumber Sekunder	36
3.5.	Teknik Analisis Data	36
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1.	Kilas Profil PT Sinergi Mitra Cestri	38
4.1.2.	Kilas Profil Miing	42
4.1.3.	Kilas tentang Iklan Kampanye Miing-Ratno	45
4.2.	Hasil Penelitian	46

4.2.1.	Tahapan Prosedur	47
4.2.1.1.	Tahap <i>Pitching</i>	48
4.2.1.2.	Tahap <i>Presentation</i>	50
4.2.1.3.	Tahap <i>Dealing</i>	51
4.2.1.4.	<i>Client Brief</i>	51
4.2.1.5.	<i>Internal Meeting</i>	52
4.2.1.6.	Pelaksanaan	52
4.2.1.7.	Revisi	52
4.2.2.	Strategi Kreatif	53
4.2.2.1.	Riset	54
4.2.2.2.	<i>Brain Storming</i>	55
4.2.3.	Eksekusi Strategi Kreatif	60
4.2.3.1.	Proses Pra Produksi	61
4.2.3.2.	Proses Produksi	68
4.2.3.3.	Proses Pasca Produksi	69
4.2.3.4.	Hasil Akhir Iklan	70
4.3.	Pembahasan	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	77
5.2.	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	halaman
Tabel 1.	<i>Jadwal Shooting</i> Iklan Miing	60
Table 2.	<i>Storyline</i> Iklan Miing	63
Tabel 3.	<i>Director's Treatment</i> Iklan Kampanye Miing	67
Table 4.	<i>Rundown</i> Iklan Miing	68



DAFTAR BAGAN

Nomor	Nama	halaman
Bagan 1.	Struktur Organisasi PT. Sinergi Mitra Cestri	39
Bagan 2.	Alur Tahapan Prosedur	48
Bagan 3.	Alur Prosedur Strategi Kreatif	54
Bagan 4.	Tahapan Proses Eksekusi Strategi Kreatif	61
Bagan 5	Tahapan Pembuatan Iklan Kampanye Bioskop Miing – Ratno	73



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	halaman
Gambar 1.	LPSE PT Sinergi MICE	42
Gambar 2.	Material Kampanye Miing	50
Gambar 3.	<i>Storyboard</i> Iklan Miing	65
Gambar 4.	Cuplikan Iklan Miing	72

