



STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI FITBAR VERSI *HAPPY*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications

UNIVERSITAS
Disusun Oleh:
NUR ARSY AULIA
MERCU BUANA

44310120042

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI FITBAR**
VERSI HAPPY

Nama : Nur Arsy Aulia

NIM : 44310120042

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Marketing Communication and Advertising*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Tri Dhiyah Cahyowati, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI FITBAR
 VERSI HAPPY

Nama : Nur Arsy Aulia

NIM : 44310120042

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, Juli 2013

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
Ira Purwitasari S.Sos. M. Ikom (.....)

2. Penguji Ahli
S.M. Niken Restaty, M.Si (.....)

3. Pembimbing
Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si (.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI FITBAR**
VERSI HAPPY
Nama : Nur Arsy Aulia
NIM : 44310120042
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, September 2013

Disetujui dan Diterima oleh:
Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Agustina Zubair, M.Si.

Ketua Program Studi



Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si

KATA PENGANTAR

Bismilahirrohmanirrohim.

Segala puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas bekah, rahmat dan hidayatnya hingga skripsi ini selesai. Dengan dimulainya penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Kreatif Iklan Televisi Fitbar Versi Happy” ini, mudah-mudahan apa yang dilakukan selama pengerjaan bernilai ibadah.

Skripsi ini disusun untuk melengapi salah satu prasyarat penulis dalam meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam Skripsi ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah banyak berjasa dan membimbing dan membantu peneliti, baik bersifat moril dan materil. Untuk kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dra.Tri Dhiah Cahyowati, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu penulis dalam membimbing dan memberikan pengetahuannya kepada penulis
2. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Advertising dan Marcom dan Ibu Ira Purwitasari S.Sos. M. Ikom, selaku Sekertaris Bidang Studi Advertising dan Marcom atas kebaikan dan ketulusannya bantuannya selama pengurusan skripsi.
3. Ibuku yang tercinta, Rismawati atas kasih sayang, doa, nasihat dan supportnya.
4. Kakak dan adik-adik tercinta atas semua doa dan terimakasih telah menghibur dikala jenuh (Kaka Shalat dan Ka Intan, Itang, dan Falisha).
5. Ibu Associate Creative Director, Sherly Marianne yang telah membantu dan memberi jalan dalam menyelesaikan skripsi ini, tidak lupa team Fitbar (neng Dara, ibu Chacha, Mbak Ida dan Falah) yang terus menyemangati, plus semua anggota team *creative* (Mas Tisna, Pak Darmaji, Ka Roro, Mas Budi, Vito,

Akang Oki, dan Mas Anto) terimakasih banyak sudah meramaikan hidupku... *halah*

6. Keluarga UMB (Egy Regina, Orie, Donny, Lucky, Uchi, Choki, Ajeng, Reza, Reisa, Mas Agus, Satria, dll) yang telah memberi begitu banyak support sehingga penulis mempunyai semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, insyaAllah tepat waktu. Gak lupa Mas Jiwo yang membantu pas *injury time*, *you are so much helper...*
7. Anto'ndut' dan Bayu W yang telah memberikan dukungan moril dan materil, *you all have been the best friend of mine, thankies guys...*
8. Dan semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, terimakasih atas doa dan dukungannya yang diberikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, karenanya semua saran dan skripsi dari semua pihak sangat diharapkan. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengetahuan bagi penulis sendiri. Dan semoga pihak-pihak yang telah banyak memberi bantuan, bimbingan, dan dorongan mendapatkan berkat dan anugerah dari Allah SWT.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Periklanan Sebagai suatu Komunikasi Pemasaran.....	7
2.2. Strategi Kreatif Periklanan	11
2.2.1. Proses Kreatif	13
2.2.2. Pendekatan Strategi kreatif.....	18
2.2.3. Daya Tarik Iklan.....	21
2.2.4. Eksekusi Kreatif	25
2.3. Peran Biro Iklan dalam Perencanaan dan Proses Kreatif	28
2.4. Televisi sebagai media periklanan.....	32
2.4.1. Iklan Televisi	32

2.4.2. Stimuli Iklan	37
----------------------------	----

BAB III METODOLOGI

3.1. Pendekatan Penelitian	41
3.2. Metode Penelitian.....	41
3.3. Narasumber	42
3.4. Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1. Data Primer	43
3.4.2. Data Sekunder	44
3.5. Definisi Konsep	45
3.6. Fokus Penelitian	45
3.7. Metode Analisis Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PT KalbeFarma Tbk	49
4.1.1 Fitbar	53
4.2. Hasil Penelitian	54
4.2.1 Analisis Target Market	54
4.2.2 Analisis Client Brief	55
4.2.3 Analisa SWOT	60
4.2.4 Merancang Strategi Kreatif	61
a. Proses Strategi Kreatif iklan Fitbar versi happy	61
b. Proses Pembuatan Iklan Fitbar versi Happy	64
4.2.5 Tahapan Menghasilkan Ide Kreatif	67

4.2.6 Client Mandatories	74
4.2.7 Pemilihan Sumber Pesan	74
4.3 Pembahasan	75

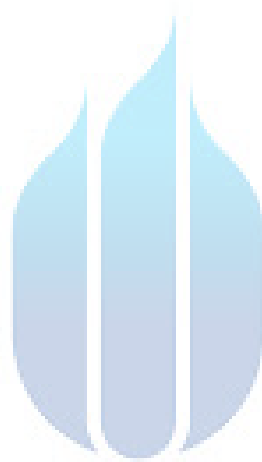
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tahapan menghasilkan ide kreatif oleh James Webb Young.....	18
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gambar 4.1 Packaging Fitbar	49
Gambar 2. Gambar 4.2 Fitbar User Profile (dari client brief)	51
Gambar3. Gambar 4.3. Awareness Fitbar 2012 (dari client brief)	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan Narasumber

Lampiran 2. Storyboard Fitbar versi Happy (biro iklan)

Lampiran 3. Shooting board Fitbar versi Happy (Director)

Lampiran 4. Detail Tim Fitbar

Lampiran 5. Struktur Departemen kreatif di Cipta! Ad.

