



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

NUR ARSY AULIA (44310120042)

Strategi Kreatif Iklan Fitbar Versi *Happy*

(i-xiii) +80 halaman: 1 Tabel : 3 gambar : 5 lampiran :1CD

Bibliografi: 22 Acuan (1989-2005)

ABSTRAKSI

Strategi kreatif merupakan hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar, dan konsumen sasaran, ke dalam suatu posisi tertentu di dalam komunikasi yang kemudian dipakai untuk merumuskan tujuan iklan. Dalam perkembangan periklanan, sebuah iklan memerlukan strategi kreatif agar menarik perhatian dari khalayak yang dipakai oleh para pemasar salahsatunya dalam pasar kudapan. Karena kompetitor dan kemunculan produk baru dengan segala kelebihan dan kekurangannya menjadikan pasar kudapan sehat di Indonesia semakin menarik. Permasalahan yang ingin diangkat adalah bagaimana strategi kreatif periklanan yang dirumuskan oleh tim kreatif Fitbar sehingga munculnya iklan televisi Fitbar versi *Happy* yang dirumuskan oleh Cipta!Ad.

Teori dalam menemukan *big idea* nya mengacu pada Sandra Moriarty. Teori dalam tahap-tahap menemukan ide kreatifnya mengacu pada James Webb Young, meliputi Definisi Masalah, Persepsi Masalah, Konfrontasi Masalah, Pematangan Masalah, Konsep, Eksekusi, dan Umpan balik. Dan gaya eksekusi iklannya mengacu pada George E. Blech.

Metode penelitian yang yang digunakan adalah studi kasus dengan tipe penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara mendalam dengan beberapa narasumber serta beberapa data dari dokumentasi penulis, serta metode analisis datanya mengacu pada pola penjodohan sederhana.

Strategi kreatif iklan Fitbar versi *Happy* ini menggunakan daya tarik 'keunggulan rasa'(rasional) enak dan daya tarik emosional integrasi yang menggambarkan karakter dari orang-orang yang mengalami dan menerima manfaat emosional setelah mengkonsumsi Fitbar. Di eksekusi dalam paduan animasi dan gambar sesungguhnya (rotoscope) dan dalam bentuk testimoni. Dari sesuatu yang berbeda dengan iklan kompetitor lainnya inilah pembuat iklan menginginkan *audience* menangkap pesan bahwa Fitbar merupakan snack yang sehat dan enak.



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

NUR ARSY AULIA (44310120042)

Strategi Kreatif Iklan Fitbar Versi *Happy*

(i-xiii) + 80 pages: 1 Tabel : 3 image : 5 attachment :1CD

Bibliografi: 22 reference (1989-2005)

ABSTRACT

Creative strategy is the translation of a variety of information about products, markets, and consumer target, to a certain position in the communication is then used to formulate an ad purpose. In the development of advertising, an advertising creative strategy requires in order to attract the attention of the audience that one of them is used by marketers in the snack market. Because of competitors and the emergence of a new product with all the advantages and disadvantages make healthy snacks market in Indonesia is getting interesting. The problem is how the advertising creative strategy formulated by Cipta! Ad to Fitbar Happy version TV ads.

Theory in finding the big idea refers to Sandra Moriarty. Theory of technique for producing ideas refers to James Webb Young, covering problem definition, problem perception, problem confrontation, maturation issue, concept, execution, and feedback. And the ad execution style refers to George E. Blech.

The research method used is a case study with a type of descriptive research and qualitative approaches. Techniques of data collection was in-depth interviews with some of the data sources and some documentation writers, as well as methods of data analysis refers to the simple pairing patterns.

Advertising creative strategy Fitbar Happy version uses magnetism 'sense of superiority' (rational) and good integration of emotional appeal that describe the character of the people who experience emotional and receive benefits after consuming Fitbar. In the execution of the actual blend animation and images (rotoscope) and in the form of testimonials. Something different from the other competitors ads this ad makers want the audience gets the message that Fitbar is a healthy and tasty snack.