



STRATEGI KREATIF IKLAN MIE SEDAAP

VESRI LIE DETECTOR

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh:

YAN AUGUST

44308110055

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Yan August
NIM : 44308110055
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications
Judul Skripsi : **Strategi Kreatif Iklan Mie Sedaap versi *Lie Detector***

Jakarta, 11 Maret 2011

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Yan August
NIM : 44308110055
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Iklan Mie Sedaap versi Lie Detector

Jakarta, April 2011

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing

(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

UNIVERSITAS

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Yan August
NIM : 44308110055
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications
Judul Skripsi : **Strategi Kreatif Iklan Mie Sedaap versi Lie Detector**

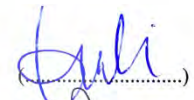
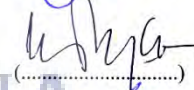
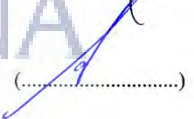
Jakarta, April 2011

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

2. Penguji Ahli
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

3. Pembimbing
(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)


.....

.....

.....

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrobbil a'lamiiin penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat-Nya yang telah diangeurahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “Strategi Kreatif Iklan Mie Sedaap versi *Lie Detector*” dengan baik. Arti pentingnya skripsi ini dalam konteks ilmu komunikasi paling tidak memberikan informasi yang cukup dan dapat membuka wawasan pembaca mengenai perumusan strategi kreatif sebuah iklan.

Penulisan skripsi ini merupakan syarat wajib untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Marketing Communications, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini berguna bagi penulis melihat bagaimana teori yang didapatkan dari bangku kuliah dengan pengaplikasiannya di dunai kerja periklanan.

Pada lembar ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah banyak membantu, mendukung, mendorong serta memberikan do'anya kepada penulis:

1. Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.si, Pembimbing skripsi, yang sengat berperan besar dalam memberikan arahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terwujud.
2. Dra. Diah Wardhani, M.si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercubuana.
3. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.si, Ketua Program Bidang Studi Marketing Communications

4. Para dosen mata kuliah jurusan Marketing Communications Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Teman-teman sekelas mata kuliah jurusan Marketing Communications Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Betsy Dewanty, *Account Director* biro Iklan Bintang Pratama Communications.
7. Albert Christianto, *Crative Director* biro Iklan Bintang Pratama Communications.
8. Anisa Triguna, *Copywiter* tim Mie Sedaap dari biro Iklan Bintang Pratama Communications.
9. Andri Kukuh, *Product Manager* Mie Sedaap dari PT. Sayap Mas Utama.
10. Orang tua terkasih yang telah “bawel” mendorong terwujudnya skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini yang tidak cukup disebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 11 Maret 2011

Yan August

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat secara teoritis/ akademis	9
1.4.2. Manfaat secara praktis	9

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Periklanan sebagai suatu Komunikasi Pemasaran	10
2.2. Strategi Kreatif Periklanan	12
2.2.1. Proses Kerja Kreatif	19
2.3. Peran Biro Iklan dalam Perencanaan dan Proses Kreatif	23
2.4. Televisi sebagai Media Periklanan	24
2.4.1. Format Pesan Iklan	26

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	29
3.2. Metode Penelitian	29
3.3. Narasumber	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.5. Definisi Konsep	36
3.6. Fokus Penelitian	36
3.7. Metode Analisis Data	37

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PT. Sayap Mas Utama	38
4.2. Hasil Penelitian	39
4.2.1. Analisis Target Market (Konsumen)	40

4.2.2.	Analisis <i>Client Brief</i>	44
4.2.3.	Analisis Pesaing	48
1.	Analisis Bauran Pemasaran	48
2.	Analisis Strategi pesaing	50
4.2.4.	Analisis SWOT	51
4.2.5.	Tujuan Pemasaran dan Periklanan	53
4.2.6.	<i>Positioning</i>	54
4.2.7.	Merancang Strategi Kreatif	55
a.	Proses Startegi Kreatif Iklan Mie Sedaap versi <i>Lie Detector</i>	55
b.	Proses Pembuatan Iklan Mie Sedaap versi <i>Lie Detector</i>	58
4.2.8.	Pemilihan Media	62
4.2.9.	Pemilihan Sumber Pesan	62
4.2.10.	Respon Masyarakat	63
4.3.	Pembahasan	63
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	72
5.2.	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Wawancara Dengan Narasumber
- Lampiran 2. Storyline Mie Sedaap versi *Lie Detector* (biro iklan)
- Lampiran 3. Moodboard Mie Sedaap versi *Lie Detector* (biro iklan)
- Lampiran 4. Shootingboard Mie Sedaap versi *Lie Detector* (*Director*)
- Lampiran 5. Struktur Departemen di Bintang Pratama Communications
- Lampiran 6. Struktur Departemen Kreatif di Bintang Pratama Communications



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. <i>Demography Population by Social Economic Status</i>	41
Tabel 2. Bauran pemasaran Mie Sedaap	48
Tabel 3. Bauran pemasaran Indomie	49
Tabel 4. Bauran pemasaran Supermie	49
Tabel 5. Bauran pemasaran Sarimi	49
Tabel 6. Perbandingan harga mi instan di Jakarta Timur	50



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Proses Kerja Kampanye Iklan	23
Gambar 2. Kompetitor yang mirip Mie Sedaap	52

.

