



**STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI SUZUKI MOBIL
NEW GRAND VITARA 2.4 DISCOVER MORE**

Disusun Oleh :

Wahyu Prasetyo

04303-058

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1
) Ilmu Komunikasi Program Studi Marcomm & Advertising**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Prasetyo
Nim : 04303-058
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Iklan Televisi Suzuki Mobil New Grand Vitara
2.4 Discover More

Menyetujui,

Pembimbing I

(Dra. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR KELULUSAN SIDANG AKHIR

Nama : Wahyu Prasetyo
Nim : 04303-058
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Iklan Televisi Suzuki Mobil New Grand Vitara
2.4 Discover More

Jakarta, Agustus 2010

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

2. Penguji Ahli
Nurprapti W. Widyastuti, M.Si

3. Pembimbing I
Dra. Hardiyanto Jatmilko, M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

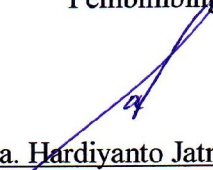
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Prasetyo
Nim : 04303-058
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Iklan Televisi Suzuki Mobil New Grand Vitara
2.4 Discover More

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I


Dra. Hardiyanto Jatmiko, M.Si

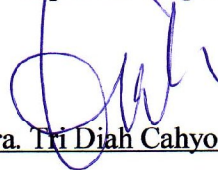
Mengetahui,

Dekan Fikom UMB



Dra. Diah Wardani, M.Si

Kepala Bidang Studi



Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

KATA PENGANTAR

Bissmillahirrahmannirahim

Assalammualaikum wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunianya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian akhir ini.

Dengan penuh perjuangan serta doa yang tak henti akhirnya skripsi yang berjudul Strategi Kreatif Iklan Televisi Suzuki mobil New Grand Vitara 2.4 Discover More.

Telah dapat terselesaikan dengan baik, guna memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Communication and Advertising.

Selama menjalani proses penelitian, tentunya peneliti tak terlepas dari kendala atau hambatan. Namun berkat dorongan orang-orang yang terdekat yang selalu memberikan motivasi serta bantuan dari berbagai pihak, menjadikan penulis mampu menghadapi kendala yang datang tersebut.

Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Dra. Hardiyanto Jatmiko, M.Si**, selaku Dosen pembimbing I terima kasih banyak atas kesabaran, support dan nasihat-nasihat serta bimbingannya terhadap peneliti yang begitu besar dan sangat bermanfaat sekali untuk saya selaku mahasiswa bimbingannya.
2. Ibu **Dra. Diah Wardhani, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Ibu **Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si**, selaku Ketua Jurusan Marketing Communication and Advertising, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Ibu **Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos., M.Si**, selaku Dosen Pembimbing Akademik.

5. **PT. Suzuki Indomobil Motor dan agency GoAd Communication** Yang telah membantu peneliti untuk memberikan data yang peneliti butuhkan, untuk melengkapi skripsi penelitiannya.
6. Para staf TU Fikom Pak Hari (Mantan staf TU Fikom), Pak Sam, Mas Mawi, Mas Erfan, Mba Lila, dll terima kasih atas segala bantuannya mengenai surat-menyurat.
7. Para staf Lab Fikom UMB, Mas Ibeng, Mas Mevi, Mas Jay terima kasih atas bantuan dan dorongan dan semangatnya.
8. Para staf Perpustakaan yang telah melancarkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, atas pinjaman bukunya terima kasih.

Peneliti juga tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih banyak kepada orang-orang yang benar-benar berarti bagi hidupnya selama ini. ***Special Thanks to :***

1. Kedua Orang Tua peneliti yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, semangat, masukan, nasihat serta doa yang tulus tiada henti-hentinya. **Mama dan Papa.** Terima kasih atas segalanya yang telah engkau berikan kepadaku, aku tidak ada apa-apanya tanpa dukungan serta nasihat darimu.
2. Kepada kakak-kakakku dan adik-adikku tercinta, terima kasih atas segala perhatiannya, yang kau berikan kepada adikmu ini, orang yang aku sayang dan kucintai myspecial LYA, serta keponakanku yang lucu terima kasih atas dukungan moril yang kalian berikan I Love U.
3. Seluruh Keluarga Besar ku **Trah Wonowijoyo dan Suwito rejho** yang selalu memberikan Semangat dan Doanya yang tiada henti.
4. Terimakasih buat teman-teman dekatku **Miko, Anton, Andri dan Rizky** yang telah memberikan semangat untuk bisa bekerja keras.

5. Sahabat-sahabat seperjuangan FIKOM angkatan 2003, **MARCOM & ADVERTISING 2003**. Sahabat-sahabat terbaik ku yang selalu mendukungku dan berusaha memberikan semangatnya kepada ku, serta semua sahabatku yang sudah menjadi teman setiaku selama menempuh kuliah di Universitas Mercu Buana.
6. Sahabat-sahabat tercinta **MARS FOUNDATION, Rizki, Mahdi, Yuyun, Andri** dan **Alm Adi Suprat Cahyo**. Trima kasih atas semua nasehat-nasehatnya, and project-projetnya semoga apa yang telah kita bangun bersama berguna bagi masyarakat.
7. Semua pengajar Bapak/Ibu Dosen **UNIVERSITAS MERCU BUANA** yang telah memberikan ilmunya kepada kami semuanya khususnya kepada penulis, selama penulis menempuh perkuliahan dari semester pertama sampai penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Untuk Kampus **UNIVERSITAS MERCU BUANA** yang telah menyediakan tempat yang nyaman untuk membina ilmu.
9. Keluarga Besar **ORBIT 85 TANGERANG**, terima kasih banyak untuk pembelajaran tentang bagaimana menjadi pemimpin.

Peneliti juga menyadari bahwa penelitian skripsi ini belum bisa dikatakan sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik yang sangat membangun dari berbagai pihak yang membacanya. Dan juga semoga skripsi ini dapat berguna bagi masyarakat pada umumnya dan peneliti pada khususnya..

Jakarta, Juli 2010

WAHYU PRASETYO

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan Masalah	8
1.3	Tujuan Penelitian	9
1.4	Signifikansi Penelitian	9

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1	Periklanan Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran	11
2.2	Dasar Perumusan Strategi Kreatif	18
2.3	Strategi Kreatif	22
2.3.1	Proses Kreatif	27
2.3.2	Strategi Pesan Iklan	28
2.3.3	Pendekatan Kreatif	34
2.3.4	Visualisasi	38

2.3.5	Copywriting	41
2.3.6	Audio	45
 BAB III METODOLOGI		
3.1	Sifat Penelitian	48
3.2	Metode Penelitian	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4	Key Informan	57
3.5	Fokus Penelitian	57
3.6	Definisi Konsep	58
3.7	Metode Analisis Data	58
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	61
4.1.1	Gambaran Umum Mengenai Suzuki Mobil	
	Grand Vitara 2.4	62
4.1.2	Strategi Pemasaran	64
4.1.3	Strategi Komunikasi Suzuki Mobil	
	Grand Vitara 2.4	66
4.1.4	Program Periklanan Suzuki Mobil	
	Grand Vitara 2.4	69
	4.1.4.1 Tujuan Periklanan	69
	4.1.4.2 Segmentasi	70
	4.1.4.3 Strategi Periklanan	71

4.1.5	Strategi Kreatif Iklan Suzuki Mobil	
	Grand Vitara 2.4	73
4.1.5.1	Konsep Kreatif	73
4.1.5.2	Pendekatan Kreatif	75
4.1.5.3	Daya Tarik Iklan	76
4.1.5.4	Art dan Visualisasi	78
4.1.5.5	Copywriting	80
4.1.5.6	Audio	81
4.2	Pembahasan	82
4.2.1	Strategi Pemasaran	82
4.2.2	Strategi Komunikasi	83
4.2.3	Program Periklanan Suzuki Mobil	
	Grand Vitara 2.4	85
4.2.3.1	Tujuan Periklanan	85
4.2.3.2	Segmentasi	86
4.2.3.3	Strategi Periklanan	87
4.2.4	Konsep Kreatif	87
4.2.5	Pendekatan Kreatif	88
4.2.6	Daya Tarik Iklan	89
4.2.7	Art dan Visualisasi	91
4.2.8	Copywriting	92
4.2.9	Audio	93

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	99

DAFTAR PUSTAKA