

ABSTRAKSI

WAHYU PRASETYO (04303-058)

Strategi Kreatif Iklan Televisi Suzuki Mobil new Grand Vitara 2.4 Discover More

xii + 133 hal + 23 lampiran + 1 gambar

Bibliografi 27 Buku (1976 s/d 2005) + 1 Website

Strategi kreatif dianggap sebagai hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar, dan konsumen sasaran, ke dalam suatu posisi tertentu di dalam komunikasi yang kemudian dapat dipakai untuk merumuskan tujuan iklan. Model kendaraan sport utility vehicle (SUV) saat ini semakin banyak digemari. Banyaknya merek dan varian produk yang meramaikan segmen tipe SUV. Kendaraan tipe SUV lebih mudah digunakan untuk menaklukkan jalanan yang rusak atau jalan OffRoad dan bisa untuk traveling di jalanan yang mulus. PT. Suzuki Indomobil Motor dengan mengeluarkan produk terbaru, yakni new Grand Vitara 2.4 dengan kapasitas 2.400 cc atau 2,4 liter dan menggunakan mesin DOHC VVT, 16V 4-inline, mampu untuk memenuhi target. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif iklan televisi suzuki mobil new Grand Vitara 2.4 Discover More.

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini mengacu kepada beberapa pendekatan diantaranya, yaitu ; teori Sandra E. Moriarty dimana pelaksanaan strategi kreatif dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian, teori STP (segmentasi, target market, positioning), yang disampaikan melalui iklannya ditelevisi. Selain itu digunakan pula konsep dari daya tarik pesan dan pendekatan kreatif.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif dan metode penelitian studi kasus tunggal holistik. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara langsung dan melalui email serta menggunakan data-data yang diperoleh dari PT. Elmapuri Gopita atau menggunakan data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi kreatif yang dilakukan oleh PT. Elmapuri Gopita selaku pembuat iklan televisi suzuki mobil new Grand Vitara 2.4 Discover More adalah berawal dari ide dasar mengenai keadaan produk baru dengan performa mesin yang lebih baru dan revolusi dari suzuki mobil Grand Vitara 2.0 yang terdahulu, dan beberapa pendekatan yang dilakukan diantaranya, yaitu ; positioning, brand image, serta menggunakan daya tarik rasional.