



**PERENCANAAN KREATIF IKLAN SUPLEMEN
HARIAN UMUM MEDIA INDONESIA DI TELEVISI
PERIODE 2007 – 2008**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

TRI HADIH
04303-053

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



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tri Hadih
Nim : 04303-053
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Perencanaan Kreatif Iklan Suplemen Harian Umum Media
Indonesia Di Televisi Periode 2007-2008

Mengetahui

Pembimbing I

(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

Pembimbing II

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Tri Hadih
Nim : 04303-053
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Perencanaan Kreatif Iklan Suplemen Harian Umum Media
Indonesia Di Televisi Periode 2007-2008

Jakarta, Juni 2010

Ketua Sidang

Nama : Drs. Juwono Tri Atmojo, M.Si

()

Penguji Ahli

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

()

Pembimbing I

Nama : Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si

()

Pembimbing II

Nama : Drs. Akhmad Mulyana, M.Si

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Tri Hadih
Nim : 04303-053
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Perencanaan Kreatif Iklan Suplemen Harian Umum Media
Indonesia Di Televisi Periode 2007-2008

Jakarta, Juni 2010

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

Pembimbing II

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala anugerah-NYA kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul ***“Perencanaan Kreatif Iklan Suplemen Harian Umum Media Indonesia Di Televisi Periode 2007-2008”***. Sholawat serta salam kita curahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah banyak memberikan inspirasi kepada penulis dalam berbagai hal di kehidupan dunia yang fana ini. Adapun penulisan skripsi ini dalam meraih gelar sarjana strata 1 (S-1).

Penulis mengakui bahwa dalam mengerjakan skripsi ini masih banyak kurang dari kata sempurna, maka penulis siap menerima segala masukan dan kritikan yang membangun yang dapat berguna dikemudian hari. Dalam pengerjaan dan penyelesaian skripsi ini penulis menyadari begitu banyaknya hambatan yang menyebabkan tertundanya penyelesaian skripsi ini. terselesainya skripsi ini tak lepas dari banyaknya dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Hardianto Jatmiko, M.si selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan semangat dan masukan dalam proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Drs. Akhmad Mulyana, M.si selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

3. Kedua orang tuaku yang tak henti-hentinya menanyakan kapan penulis lulus yang menjadikan semangat bagi penulis, serta kedua kakak dan adikku yang selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Istriku tercinta Lia yang selalu memberikan dorongan agar penulis cepat lulus dan buah hatiku Chika, skripsi ini ayah persembahkan untukmu sayang....
5. Bapak Andreas Sujiono selaku Askadiv Marketing Support Media Indonesia yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian skripsi ini.
6. Bapak Saiful Bachri selaku Kadiv Marketing Communication Media Indonesia yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian skripsi ini.
7. Bapak Hairil Saleh selaku Creative Director Rumah Produksi Avant Garde yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian skripsi ini.
8. Teman-teman divisi Marketing Support teh Inne, Icen, Amir, Gelar, Abrar, serta Koh Andi yang selalu menanyakan kapan? lama bener ga lulus-lulus...
9. Teman-teman divisi Publishing, tante Jessica, Regina, Sem, Adeste, Rahma, Nia yang selalu memberikan support.
10. Teman-teman seperjuangan Advertising 2003 Universitas Mercu Buana
11. Para sahabatku The Blays bersaudara, Sandi GP yang sudah menjadi sarjana selamat bertempur didunia kerja boy, Andi SN, Yano Ridhola, Beni N, Alm. Adi Suprat. Ayolah SEMANGAT !! mo kapan lagi, dan...

12. Keluarga Besar Teater Amoeba dan semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu per satu.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun, penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Semoga semuanya ini bisa menjadi inspirasi dan berguna bagi kehidupan kita bersama, amin.

Jakarta, Juni 2010

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI
KATA PENGANTAR
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR ISI
LAMPIRAN

BAB I	PENDAHULUAN.....	1
	1.1. Latar Belakang.....	1
	1.2. Perumusan masalah.....	5
	1.3. Tujuan Penelitian.....	6
	1.4. Signifikasi Penelitian.....	7
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	8
	2.1. Periklanan Sebagai Strategi Komunikasi.....	8
	2.2. Strategi Kreatif.....	11
	2.3. Periklanan.....	13
	2.4. Proses Perencanaan Kreatif Periklanan.....	17
	2.5. Copywriting.....	26
	2.6. Televisi sebagai Media Periklanan.....	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	29
	3.1. Sifat Penelitian.....	29
	3.2. Metode Penelitian.....	30
	3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	33
	3.4. Narasumber.....	33
	3.5. Definisi Konsep.....	34
	3.6. Fokus Penelitian.....	35
	3.7. Teknik Analisa.....	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	37
	4.1. Sekilas Media Indonesia.....	37
	4.1.1. Visi dan Misi.....	41
	4.1.2. Tanggung Jawab dan Wewenang.....	42
	4.2. Hasil Penelitian.....	48
	4.2.1. Gambaran Umum Suplemen Media Indonesia.....	49
	4.2.2. Segmentasi.....	51
	4.2.3. Tujuan Periklanan.....	54
	4.2.4. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	55
	4.2.5. Strategi Kreatif Iklan.....	59

	4.2.6. Eksekusi.....	63
4.3.	Pembahasan.....	69
	4.3.1. Segmentasi.....	69
	4.3.2. Tujuan Periklanan.....	70
	4.3.3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	71
	4.3.4. Konsep Dasar (Big Idea).....	71
	4.3.5. Daya Tarik Pesan	73
	4.3.6. Pendekatan Kreatif	74
	4.3.7. Eksekusi Iklan.....	75
BAB V	PENUTUP.....	85
	5.1 Kesimpulan.....	85
	5.2 Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1		10
----------	-------	----