



**IMPLEMENTASI STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI SERIALS
SIMPATI PEDE VERSI SIMPATI STORIES**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar

(S1) Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Aseani Sethiorini

44305010013

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Marketing Communication and Advertising

Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Aseani Sethiorini

Nim : 44305010013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication and Advertising

Judul : **IMPLEMENTASI STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI**
SERIALS SIMPATI PEDE VERSI SIMPATI STORIES

Jakarta, April 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Hardiyanto, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Marketing Communication and Advertising

Tanda Lulus Sidang Skripsi

Nama : Aseani Sethiorini
Nim : 44305010013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication and Advertising
Judul : **IMPLEMENTASI STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI SERIALS SIMPATI PEDE VERSI SIMPATI STORIES**

Mengetahui,

Ketua Sidang
(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si)

Penguji Ahli
(Nurprapti W Widyastuti, M.Si)

Pembimbing
(Drs. Hardiyanto, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Marketing Communication and Advertising

Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi

Nama : Aseani Sethiorini

Nim : 44305010013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication and Advertising

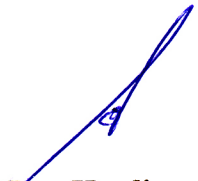
Judul : **IMPLEMENTASI STRATEGI KREATIF IKLAN TELEVISI
SERIALS SIMPATI PEDE VERSI SIMPATI STORIES**

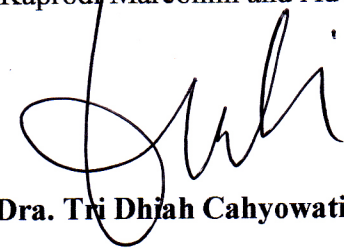
Jakarta, April 2010

Disetujui dan Diterima Oleh

Pembimbing

Kaprodi Marcomm and Advertising


(Drs. Hardiyanto, M.Si)


(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas anugerah, berkat, perlindungan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Implementasi Strategi Kreatif Iklan Televisi Serials Simpati Pede versi Simpati Stories".

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat penulis dalam meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah banyak berjasa dan membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Hardiyanto M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu penulis dalam membimbing dan memberikan pengetahuannya.
2. Ibu Dra.Tri Diah Cahyowati M.Si, selaku KaJur Marcomm & Advertising atas bimbingan dan bantuannya
3. Kedua orang tua. Papa (Alm.Gumelar Karna) dan Mama (Monica Darmini) atas kasih sayang, doa, perlindungan, nasehat dan support. LOVE YOU.
4. Kakakku 'n cici tercinta (DeKa'n Jess) dan seluruh keluarga besar ku tercinta (Bude Ponah, Om Markus, Om Anto, Bulik Titi, Bulik Yuni, Pade Heri dan keluarga, Mang Asep dan Tante Susi dan adik-adikku tersayang).
5. Para Dosen FIKOM (Bu Niken, Bpk. Farid, Bu Ratih, Bpk. Djujun, Bpk. Maman, Bpk. Sugihantoro, Bpk. Akhmad Mulyana, Bpk.Yayat) atas pengetahuan yang sudah diberikan

dan Staff TU Fikom (Mas Sam, Mas Mawi, Mas Ervan) yang sudah banyak membantu penulis

6. Mas Nurman Priatna *copywriter* JWT, Mas Lembu Jati *art director* JWT dan Mas Reza Fitriano *account director* JWT Advertising yang banyak membantu penulis dalam memberikan data-data pendukung yang dibutuhkan oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Bubi'quwh "wigih" yang selalu memberikan waktunya, rasa sayangnya dan dukungannya selalu. 'Luph U bubub'
8. My beloved sist'n bro (Unie Puttye 'makasih uni dah jadi pembimbing batin gw' luv u, brother 'Danang')
9. My beloved friend FIKOM 2005 (Rifqki moch, Veedee, Pitree, Lolo, Bhodonk, Jebew , Oemie, Wiwied, Uning, Lia ma'mur, Ipoer, Anya, Rini, Maul, Alam, Bapaw, Poul, Qibul, Hanes, Mahathir, Ade 'engkong', Intan bontot, Antie, Tyas Lullaby, Uthie, Bothemz, Bandrex, Pandu, Eka 'item', Panji, Bisma, Reza, Wawo, Krisna, Kiting, Idoy, Riedho, Pipit mpitz, Andre, Lidya cihuy, Ichad, Shely, Yuda, Nando, Choky, Tyo, Mas Gun, dll) thanks banget buat supportnya.
10. Tetua marcomm "A-Bocor Community" (Bang Rio, Bang Roni, Bang Raymond, Fajar'Jarwo', Mas Qich, Mas Wiwid, Wahyu). Makasih banget buat nasehat, pinjaman buku-buku dan supportnya.
11. Kakak-kakakku di Swatala (Bang Pelor, K'oneng, K'hindun, Bang Iqbal, K'Lutfhi, Bang Abie) dan Kakak-kakakku tercinta (brother 'Krisna', K'Heri, K'Willy, K'Pras, K'Nanang, K'eko, K'Rudi)

12. Teman-teman Marcomm and Advertising 2005 (Nindy Nugroho ‘Oo’ Karliyanto “thanks banget buat OO”, Wage, Aries, Bowo, Januar, Cindy, Mirna, Elysa, Siti, Sukur, Farid, Dika, Alex, Dian, Bobby, Bocil, Eka ‘robot’, Jamet, Nurman, Daniel, Habib, Nyit-nyit, Ambi)
13. Teman-teman Komisi Pemuda Remaja dan Majelis GKP Tangerang atas doanya
14. Dan semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Akhirnya penulis hanya dapat berdoa kepada-Nya semoga yang telah banyak memberikan bimbingan, dorongan dan kemurahan hati dari semua pihak mendapatkan berkat dan anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa. Amien.

Jakarta, April 2010

Aseani Sethiorini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Signifikasi Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Periklanan sebagai kegiatan komunikasi	7
2.1.1 Teknik komunikasi dalam periklanan.....	9
2.2 Strategi Kreatif Periklanan.....	10
2.2.1 Proses Kreatif.....	14
2.2.2 Pendekatan strategi kreatif.....	16
2.2.2.1 <i>USP (Unique Selling Propotion)</i>	16
2.2.2.2 <i>Positioning</i>	17
2.2.2.3 <i>Inherent Drama</i>	18
2.2.2.4 <i>Brand Image</i>	18
2.2.3 Unsur-unsur strategi kreatif iklan televisi	19
2.2.3.1 <i>Visual</i>	19

2.2.3.2 Copywriting	20
2.2.3.3 Audio	21
2.2.4 Daya Tarik Pesan (<i>How To Say</i>)	22
2.2.5 Teknik-teknik kreatif visual Televisi	23
2.3 <i>Creative Work Plan</i>	25
2.4 Sisi penceritaan iklan	27
2.5 Televisi sebagai media periklanan	30
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan penelitian	32
3.2 Sifat penelitian	32
3.3 Metode penelitian	34
3.3.1 Ciri-ciri penelitian studi kasus	34
3.3.2 Kasus yang diteliti	35
3.3.3 Teknik analisis data	35
3.4 Fokus penelitian	36
3.5 Definisi konsep	38
3.6 Teknik pengumpulan data.....	38
3.6.1 Data primer	38
3.6.2 Data sekunder	38
3.7 Nara sumber (<i>Key informan</i>)	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Objek penelitian	40
4.1.1 Packaging produk	40
4.1.2 Gambaran umum produk Simpati Pedes	40
4.2 Hasil penelitian	46

4.2.1 Departemen Kreatif Biro iklan	46
4.2.2 Proses pembuatan iklan Simpati Pedes	49
4.2.3 Strategi kreatif.....	51
4.2.4 Sisi penceritaan	67
4.2.5 <i>Client mandates</i>	69
4.3 Pembahasan.....	70
 BAB V	 78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI