

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**STRATEGI KREATIF IKLAN STOP COLD
DI MEDIA CETAK**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Program Studi Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Nama : Ferdinand Nicolas Kumentas

NIM : 0430211-008

Bidang Studi : Periklanan

**Jakarta
2006**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KREATIF IKLAN STOP COLD DI MEDIA CETAK**
Nama : **Ferdinand N Kumentas**
NIM : **0430211-008**
Fakultas : **Ilmu Komunikasi**
Jurusan : **Periklanan**

Jakarta, Juli 2006



(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

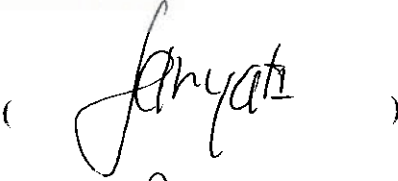
Judul : **STRATEGI KREATIF IKLAN STOP COLD DI MEDIA CETAK**
Nama : **Ferdinand N Kumentas**
NIM : **0430211-008**
Fakultas : **Ilmu Komunikasi**
Jurusan : **Periklanan**



Jakarta, Juli 2006

1. Ketua Sidang
Drs. Riswandi, M.Si
2. Penguji Ahli
Hersanyoto, S.Sos.
3. Pembimbing
Drs. Ahmad Mulyana, M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

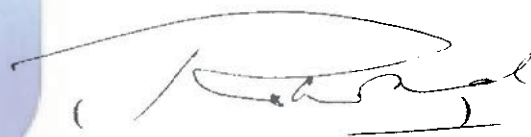
()
()
()

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KREATIF IKLAN STOP COLD DI MEDIA CETAK**
Nama : **Ferdinand N Kumentas**
NIM : **0430211-008**
Fakultas : **Ilmu Komunikasi**
Jurusan : **Periklanan**

Jakarta, Juli 2006

1. Ketua Sidang
Drs. Riswandi, M.Si.



2. Penguji Ahli
Hersanyoto, S.Sos.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



3. Pembimbing
Drs. Ahmad Mulyana, M.Si





UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KREATIF IKLAN STOP COLD DI MEDIA CETAK**
Nama : **Ferdinand N Kumentas**
NIM : **0430211-008**
Fakultas : **Ilmu Komunikasi**
Jurusan : **Periklanan**

Jakarta, Juli 2006

Mengetahui,

UN Pembimbing ITAS
MERCU BUANA

(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

Menyetujui,

Dekan FIKOM UMB

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia serta berkatNya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Kreatif iklan Stop Cold dengan baik. Arti pentingnya skripsi ini dalam konteks ilmu komunikasi paling tidak memberikan informasi yang cukup dan dapat membuka wawasan pembaca mengenai proses strategi kreatif iklan.

Mengingat hanya Tuhan Yang Maha Sempurna, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran, kritik dan masukan demi perbaikan pemikiran dan penyusunan yang lebih baik lagi.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang banyak memberikan sumbangan yang sangat berarti baik moril maupun materil. Untuk itu dengan segala ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada

1. Kedua orangtuaku tercinta atas segala doa, dorongan dan perhatian yang diberikan hingga akhirnya terselesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Drs. Ahmad Mulyana, M.Si. Selaku Ketua Bidang Studi Jurusan Periklanan & MarComm FIKOM UMB dan juga selaku pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Dudiek selaku *Account Manager* Avicom Airvertising terima kasih atas waktunya untuk membuka jalan bagi penulis untuk memperoleh data-data yang diperlukan.
5. Bapak Irwan selaku *Art Director* Avicom Airvertising terima kasih atas waktu dan data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Fikom UMB yang telah menyumbangkan pengetahuannya kepada penulis dari awal hingga terselesainya seluruh mata kuliah.
7. Seluruh rekan-rekan Fikom UMB angkatan I PKSM dan juga teman-teman tercintaku ATGT'96 – Elli + bang ben's *Thank's for everythink, I love you all...*
8. Seluruh staf Tata Usaha Fikom UMB yang selalu bersedia melayani kebutuhan administrasi penulis dalam kegiatan perkuliahan serta proses penyelesaian skripsi.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmat dan berkatNya serta memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak tersebut diatas, dan semoga penelitian dalam skripsi ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi bidang ilmu komunikasi dan pihak-pihak yang berkenan membacanya.

Jakarta, Juli 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Signifikansi Penelitian	4
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Iklan Sebagai Suatu Kegiatan Komunikasi	5
2.2 Konsep Pemasaran	6
2.2.1. Jenis-jenis Pasar	7
2.3 Elemen-elemen Pemasaran	8
2.3.1. Produk	8

2.3.2.	Place (distribusi)	9
2.3.3.	Price (harga)	10
2.3.4.	Promotion	10
2.4	Periklanan	10
2.4.1.	Jenis-jenis Periklanan	11
2.4.2.	Fungsi Periklanan	12
2.5	Kerangka Kerja Perencanaan dan Penentuan	
	Kampanye Periklanan	12
2.5.1.	Analisa Situasi	12
2.5.2.	Marketing Program	13
2.5.3.	Perencanaan Periklanan	13
2.5.4.	Pelaksanaan	13
2.6	Proses Kreatif	14
2.7	Strategi Kreatif	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	22
3.2	Metode Penelitian	23
3.3	Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1.	Data Primer	24
3.3.2.	Data Sekunder	26
3.4	Key Informan	26
3.5	Fokus Penelitian	27

3.6	Teknik Analisa Data	27
-----	---------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	28
4.1.1.	Analisa Situasi	29
4.1.2.	Tujuan Pemasaran dan Periklanan	37
4.1.3.	Target Market dan Target khalayak	38
4.1.4.	Positioning	39
4.1.5.	Strategi Kreatif	41
4.2	Pembahasan	48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	61

Daftar Pustaka

Lampiran

Biodata

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar Print Ad – Mobil balap fomula 1 (F1)	3
Gambar Print Ad – Motor balap Grand Prix (GP)	4
Gambar skema proses komunikasi	5
Gambar skema langkah-langkah inti menghasilkan ide	16



DAFTAR LAMPIRAN

- Hasil Wawancara dengan Narasumber
- Print Ad versi Mobil balap formula 1 (F1) & Motor balap Grand Prix (GP)
- Iklan Stop Cold pada Ambience Media (media alternatif yaitu tempat tissue dan tempat sampah)

