

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PERIKLANAN**

ABSTRAKSI

Ferdinand Nicolas Kumentas (0430211-008)
Strategi Kreatif iklan StopCold
xiv + 62 halaman : 8 lampiran
Bibliografi : 19 Acuan (1978 - 2003)

Di dalam penerapan suatu media khususnya strategi promosi media cetak, memerlukan keahlian yang berbeda dengan iklan radio dan televisi, dan perbedaan tersebut terletak dalam konsep dan ide, pembuatan strategi kreatif, Strategi kreatif memiliki peran sangat besar dalam keberhasilan kreatif iklan cetak, dan proses pembentukan iklan tersebut membutuhkan kekuatan visual yang memungkinkan iklan-iklan cetak tampil baik dan menarik. Untuk itu dalam membentuk iklan cetak memerlukan suatu proses strategi kreatif untuk menarik, memenangkan perhatian dan membangkitkan minat khalayak pembaca. Darya Varia Laboratoria selaku produsen jenis obat flu Stop Cold melakukan kampanye secara strategis (membangun dan mempertahankan *image/citra*) dengan membuat iklan cetak yang menggunakan beberapa versi dengan bekerjasama dengan Avicom Airvertising selaku biro iklannya. Dalam proses pembuatan iklan Stop Cold tersebut produsen dan biro iklan melakukan suatu strategi dalam menerapkan proses kreatif iklannya. Dari latar belakang tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif dalam pembuatan iklan Stop Cold versi mobil dan motor balap di media cetak.

Konsep yang digunakan mengacu pada konsep teori yang menjelaskan tahap-tahap dari menghasilkan ide pembuatan suatu iklan yang dikeluarkan oleh Don E. Schultz dan langkah-langkah pengembangan, kreatif iklan yang dikeluarkan oleh Sandra E. Moriarty.

Sedangkan metode penelitian yang digunakan menggunakan metode studi kasus dengan tipe penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memperoleh data atau informasi dengan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa nara sumber, yaitu bagian kreatif dan account manager dari pihak Avicom Airvertising selaku biro iklan dan dengan pihak produsen yakni Darya Varia Laboratoria.

Hasil secara keseluruhan mengenai strategi kreatif iklan Stop Cold versi mobil dan motor balap bahwa pembuat iklan mencoba menampilkan sesuatu yang unik yakni menciptakan USP (*Unique Selling Point*) dengan menggunakan event olahraga formula 1 dan grand prix dan menggunakan pendekatan olahraga/sport. Dari sesuatu yang unik tersebut disimpulkan bahwa pembuat iklan mencoba mengingatkan, menanamkan dan meyakinkan konsumen dengan menggunakan suatu tema-tema iklan tersebut.