



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Okfara Adelia  
44314010017

Analisis Kreativitas Iklan Media Luar Ruang Wonderful Indonesia Di Inggris  
2017

Jumlah Halaman : ix + 104 Halaman + 27 Lembar Lampiran

#### ABSTRAK

Pariwisata Indonesia sebagai penghasil devisa terbesar kedua secara nasional, hal ini menjadi peluang pengembangan pariwisata secara maksimal demi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia. Focus penelitian ini yaitu pada kreativitas iklan media luar ruang Wonderful Indonesia yang ada di Inggris sebagai salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata . Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui kreativitas iklan di media luar ruang Inggris oleh Kemenpar.

Penulis menggunakan beberapa teori sebagai pendukung dari penelitian ini antara lain, teori komunikasi pemasaran, bauran promosi atau *promotion mix*, periklanan, kreativitas, dan media periklanan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigm pospositivisme. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam dan studi perpustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan dalam membuat kreativitas iklan terdapat proses yang harus dilakukan untuk menghadapi situasi yang terjadi sehingga iklan luar ruang dapat menarik khalayak dengan lebih memperhatikan konsep iklan dan pesan yang tersampaikan dari iklan tersebut menyesuaikan dengan *segmentation, targeting, and positioning* dari produk yang akan dipasarkan tersebut. Hasil penelitian terdapat saran yang untuk Kementerian Pariwisata untuk terus mengembangkan bentuk promosi yang dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi, selain itu juga dengan lebih mengenalkan Wonderful Indonesia ke generasi muda Indonesia.

Kata Kunci : Iklan Luar Ruang, Segmetation, Targetting, and Positioning, Wonderful Indonesia, Inggris