



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**KREATIFITAS DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL JELAJAH BERSAMA
GRAB SPESIAL IMLEK TAHUN 2020 OLEH HOWDIY**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
Disusun oleh:
MERCU BUANA
DIMAS MALIKI ASIDIQ

44318120045

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2021**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dimas Maliki Asidiq
NIM : 44318120045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : _

KREATIFITAS DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL JELAJAH BERSAMA GRAB

SPECIAL IMLEK TAHUN 2020 OLEH HOWDIY adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 28 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,

(Dimas Maliki Asidiq)

Mengetahui,

Pembimbing

(Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Dimas Maliki Asidiq
NIM : 44318120045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication
Judul : **KREATIFITAS DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL JELAJAH
BERSAMA GRAB SPESIAL IMLEK TAHUN 2020 OLEH
HOWDIY**

Jakarta, 28 Agustus 2021

Mengetahui,
Pembimbing


(Wiyanto Hidayatullah, M.



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR


Nama : Dimas Maliki Asidiq
NIM : 44318120045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication
Judul : **KREATIFITAS DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL JELAJAH
BERSAMA GRAB SPESIAL IMLEK TAHUN 2020 OLEH
HOWDIY**

Jakarta, 28 Agustus 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si (.....)

Penguji Ahli : Riki Arswendi, M.Ikom (.....)

Pembimbing : Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom (.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **KREATIFITAS DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL
JELAJAH BERSAMA GRAB SPESIAL IMLEK TAHUN 2020
OLEH HOWDIY**

Nama : Dimas Maliki Asidiq

NIM : 44318120045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 28 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi

Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Wiyanto Hidatullah, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Kreatifitas dalam Produksi Iklan Digital Jelajah Bersama Grab Spesial Imlek Tahun 2020 oleh Howdiy”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi konsentrasi Marketing Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana.

Perlu disebutkan bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan moril ataupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut antara lain adalah:

1. Pak Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Baday Rayhan selaku narasumber CEO PT Baday Cahaya Asia yang telah meluangkan waktu dalam memberikan segala informasi dan data yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini.
3. Helmi Giffari selaku narasumber dari Howdiy yang memberikan segala informasi yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku dosen yang selalu membantu mengarahkan, penulis untuk penulisan skripsi yang baik, hingga bersedia dalam meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, untuk berdiskusi, membimbing, serta memotivasi penulis.
5. Seluruh dosen dan tenaga pengajar serta staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Kampus Menteng dan Kampus Meruya.
6. Terima kasih kepada kedua orang tua saya atas semua dorongan, dukungan dan doa serta memotivasi saya, sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Salsabila Andi yang membantu saya dalam mencari referensi dan informasi mengenai skripsi, serta support yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Terima kasih kepada teman-teman kampus saya yang memberikan support sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman di dalam perumahan saya yang selalu support, menemani saya disaat sedang menulis tulisan ini.
10. Terima kasih kepada Mas Teguh Budi Santoso dan Mba Indah Puspita telah memabantu saya dan support saya sehingga saya tetap bisa meneruskan perkuliahan saya.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

..

Dimas Maliki Asidiq
44318120045

**KREATIFITAS DALAM PRODUKSI IKLAN DIGITAL JELAJAH BERSAMA GRAB
SPECIAL IMLEK TAHUN 2020 OLEH HOWDIY**

Jumlah Halaman : 5 BAB + 75 Halaman + 9 Lampiran

Bibliografi : 16 Acuan, Tahun 1995 – 2021

ABSTRAK

Grab bekerjasama dengan Howdiy untuk proses pembuatan kreatif iklan dalam rangka Hari Raya Imlek tahun 2020. Berdasarkan keunikan konsep iklan tersebut, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana Kreatifitas dalam produksi iklan Digital Jelajah Bersama Grab Spesial Imlek Tahun 2020 oleh Howdiy .

Konsep teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Iklan , Kreatifitas Iklan, Produksi Iklan Audio Visual.

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma postpositivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi kreatif iklan digital yang dilakukan oleh Howdiy untuk Grab menggunakan dua strategi produksi yaitu pemilihan ide iklan secara *preemptive* dan penentuan konsep iklan secara *resonance*. Menggunakan konsep perjalanan ke lokasi kuliner khas imlek dan mengaitkan pengiriman pesanan dengan jasa layanan yang dimiliki Grab.

Kata Kunci : Kreatifitas, Produksi Iklan, Grab, Howdiy

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.3. Manfaat Sosial	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Kajian Teoritis	22
2.2.1. Periklanan.....	22
2.2.2. Strategi Kreatif Iklan.....	24
2.2.3. Kreatif Iklan.....	29
2.2.4. <i>Digital Promotions</i>	34

2.2.5. <i>Digital Branding</i>	37
2.2.6. <i>Digital Advertising</i>	38
2.2.7. Iklan Audio Visual.....	39
BAB III	41
METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1. Paradigma Penelitian.....	41
3.2. Metode Penelitian	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1.1. Wawancara/ Interview	43
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	44
3.4.2.1. Observasi.....	44
3.4.2.2. Metode Dokumentasi	44
3.5. Teknik Analisis Data.....	44
3.6. Teknik Pengukuran Keabsahan Data	46
BAB IV	47
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	47
4.1. Profil Howdiy	47
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	47
Memberikan Profesionalisme dan tetap bersenang-senang dalam prosesnya	47
4.1.2. Struktur Organisasi	47
4.2. Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Tahapan Perencanaan (<i>Planning</i>).....	52
4.2.2 Tahapan Implementasi (<i>Implementation</i>).....	53
4.2.3 Evaluasi Produksi Iklan Digital Jelajah Bersama Grab Spesial Imlek Tahun 2020 oleh Howdiy.....	63

4.3 Pembahasan Kreatifitas dalam Produksi Iklan Digital Jelajah Bersama Grab Tahun 2020
65

DAFTAR PUSTAKA 72

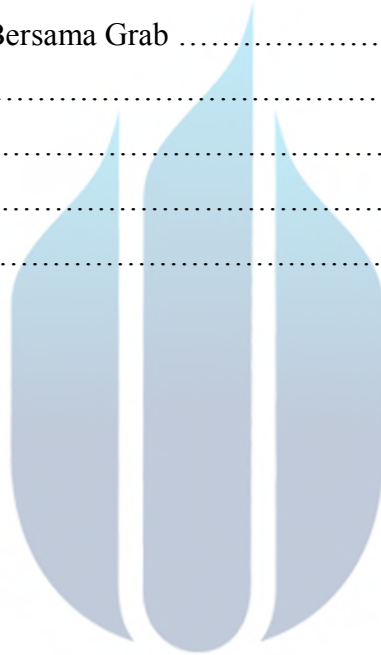
LAMPIRAN 75



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Batu Capaian (Milestones) Ekonomi Kreatif di Indonesi.....	2
Gambar 1. 2 Akun Youtube Grab.....	6
Gambar 1. 3 Logo Howdiy.....	7
Gambar 1. 4 Client Howdiy.....	8
Gambar 1. 5 Iklan Grab Jelajah Bersama Grab	9
Gambar 4. 1 Logo Howdiy	49
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	49
Gambar 4. 3 Script Video Iklan.....	57
Gambar 4. 4 Script Video Iklan	58



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A