



**PROSES PERENCANAAN IKLAN *TEASER* DALAM
MEMPROMOSIKAN KAMPANYE NU K-RAZY 127
COMPETITION
(PERIODE OKTOBER 2019)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and
Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh :
DANDY ADITYA ARI SADEWA

44318120040

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dandy Aditya Ari Sadewa
NIM : 44318120040
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **“PROSES PERENCANAAN IKLAN TEASER DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPANYE NU K-RAZY 127 COMPETITION (PERIODE OKTOBER 2019)”** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan sumber yang informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 31 Juli 2022

Yang memberikan pernyataan,

MERCU BUANA


1000
METERAL
TEMPEL
FOEAAJX930408121
(Dandy Aditya Ari Sadewa)

Mengetahui

Pembimbing



(A. Judhie Setiawan, S.E., M.Si)

Ketua Bidang Studi,



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dandy Aditya Ari Sadewa
NIM : 44318120040
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul : PROSES PERENCANAAN IKLAN TEASER
DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPANYE
NU K-RAZY 127 COMPETITION (PERIODE
OKTOBER 2019)

Jakarta, 31 Juli 2022

UNIV Mengetahui, AS
Pembimbing
MERCU BUANA

(A. Judhie Setiawan, S.E., M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS SIDANG AKHIR

Nama : Dandy Aditya Ari Sadewa
NIM : 44318120040
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul : **PROSES PERENCANAAN IKLAN TEASER
DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPANYE NU K-
RAZY 127 COMPETITION (PERIODE OKTOBER
2019)**

Jakarta, 22 Agustus 2022

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

Penguji Ahli
Nindyta Aisyah, M.Si ()

Pembimbing
A. Judhie Setiawan SE, M.Si ()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **PROSES PERENCANAAN IKLAN TEASER
DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPANYE NU K-
RAZY 127 COMPETITION (PERIODE OKTOBER
2019)**

Nama : Dandy Aditya Ari Sadewa

NIM : 44318120040

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 22 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing

Ketua Bidang Studi,

(A. Judhie Setiawan, S.E., M.Si)

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena Rahmat dan KaruniaNya, Penulis dapat menyelesaikan Skripsi Tugas Akhir ini yang berjudul “Proses Perencanaan Iklan *Teaser* Dalam Mempromosikan Kampanye NU K-RAZY 127 *COMPETITION* (Periode Oktober 2019)” guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan, baik dalam penyajian materi maupun analisis. Kelancaran dan keberhasilan penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak A. Judhie Setiawan, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing tugas akhir skripsi yang telah membimbing penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Ibu Tia Ramadhina dan Ibu Wulan Ayu Darmayanti yang telah bersedia diwawancarai sebagai narasumber utama dari Mirum Agency.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed, selaku ketua bidang studi Marketing Communication & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Kedua orang tua dan semua keluarga, yang telah memberi do'a serta dukungan selama penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Universitas Mercu Buana Jakarta khususnya Program Prodi Marketing Communication and Advertising.
8. Semua pihak yang terlibat serta telah membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Jakarta, 31 Juli 2022

Peneliti

Dandy Aditya Ari Sadewa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR LULUS SIDANG AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Kajian Teoritis	16
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2. Iklan.....	17
2.2.3. Strategi Kreatif Iklan.....	19
2.2.4. Kampanye Iklan	21
2.2.5. Pesan Kreatif dalam Kampanye Iklan.....	23
2.2.6. Viral Advertising.....	28
2.2.7. Stopping Power Advertising	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Paradigma Penelitian	30
3.2. Metode Penelitian.....	31
3.2.1. Subyek Penelitian	31

3.3.	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.	Teknik analisis data	33
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	33
3.6.1	Uji Kredibilitas	34
3.6.2	Uji Transferabilitas.....	34
3.6.3	Uji Dependabilitas.....	35
3.6.4	Uji Konfirmabilitas	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	36
4.1.1	Sejarah Mirum Agency	36
4.1.2	Tentang Mirum Agency/Wunderman Thompson	36
4.1.3	Produk Mirum Agency/Wunderman Thompson.....	37
4.2	Hasil Penelitian.....	37
4.2.1.	Creative Brief.....	37
4.2.2.	Konsep dan Strategi Media	50
4.3	Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Billboard</i> NU K-RAZY 127 <i>COMPETITION</i>	2
Gambar 4. 1 Postingan billboard viral di Twitter	41
Gambar 4. 2 Respon warganet terhadap kegilaan para penyuka K-Pop	42
Gambar 4. 3 NCT 127 sebagai bintang iklan Nu Green Tea	44
Gambar 4. 4 Nu K-Razy 127 <i>Competition</i> bertema Korea	46
Gambar 4. 5 Clue pada postingan <i>billboard</i> di <i>Twitter</i>	48
Gambar 4. 6 Contoh palet warna style Korea	49
Gambar 4. 7 Uljima Oppa	58
Gambar 4. 8 Yumukbang	58
Gambar 4. 9 Oppa Hwaiting	59
Gambar 4. 10 Hadiah utama Nu K-Razy 127 <i>Competition</i>	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Market share minuman teh hijau tahun 2016 – 2019.....	1
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian 1.....	7
Tabel 2. 2 Perbandingan Penelitian 2.....	9
Tabel 2. 3 Perbandingan Penelitian 3.....	11
Tabel 2. 4 Perbandingan Penelitian 4.....	13
Tabel 2. 5 Perbandingan Penelitian 5.....	15



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Narasumber 1	65
Lampiran 2 Hasil Wawancara Narasumber 2	77
Lampiran 3 Dokumentasi wawancara Narasumber Wulan Ayu.....	90
Lampiran 4 Dokumentasi wawancara Narasumber Tia Ramadhina.....	90

