

PENYUSUNAN STRATEGI KREATIF IKLAN “TEH BOTOL SOSRO”

PRODUKSI MATARI ADVERTISING JAKARTA DALAM

MENJANGKAU AWARENESS MASYARAKAT



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

OLEH :

CAROLUS BOROMEUS BHANU ABHINAWA
05 09 02727/ KOM

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENYUSUNAN STRATEGI KREATIF IKLAN “TEH BOTOL SOSRO”
PRODUKSI MATARI ADVERTISING JAKARTA DALAM
MENJANGKAU AWARENESS MASYARAKAT**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi(S.I.Kom)

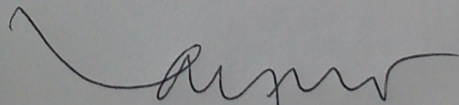
Disusun oleh:

CAROLUS BOROMEUS BHANU ABHINAWA

No. Mhs: 05 09 02727

DISETUJUI OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penyusunan Strategi Kreatif Iklan "Teh Botol Sosro"
Produksi Matari Advertising Jakarta Dalam Menjangkau
Awareness Masyarakat
Penyusun : Carolus Boromeus Bhanu Abhinawa
NIM : 05 09 02727 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang
diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 7 Juli 2011
Pukul : 09.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran 1 Lt.2 FISIP, Universitas Atma Jaya
Yogyakarta

Tim Penguji

Drs.Ign.Agus Putranto., M.Si
Penguji Utama

F.Anita Herawati., M.Si
Penguji I

Dhyah Ayu Retno W., M.Si
Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Carolus Boromeus Bhanu Abhinawa
No.Mahasiswa : 05 09 02727
Program Studi : Komunikasi
Judul Skripsi : Penyusunan Strategi Kreatif Iklan Teh Botol Sosro Produksi
Matari Advertising Jakarta dalam Menjangkau Awareness
Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tulis Tugas Akhir ini benar-benar saya susun sendiri tanpa plagiarisme ataupun hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material atau non material, ataupun segala kemungkinan yang pada hakikatnya bukan karya tulis tugas akhir yang orisinil dan otentik.

Apabila dikemudian hari ada ketidak sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat pembatalan kelulusan atau kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan tanpa tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 21 Juli 2011
Saya yang menyatakan,

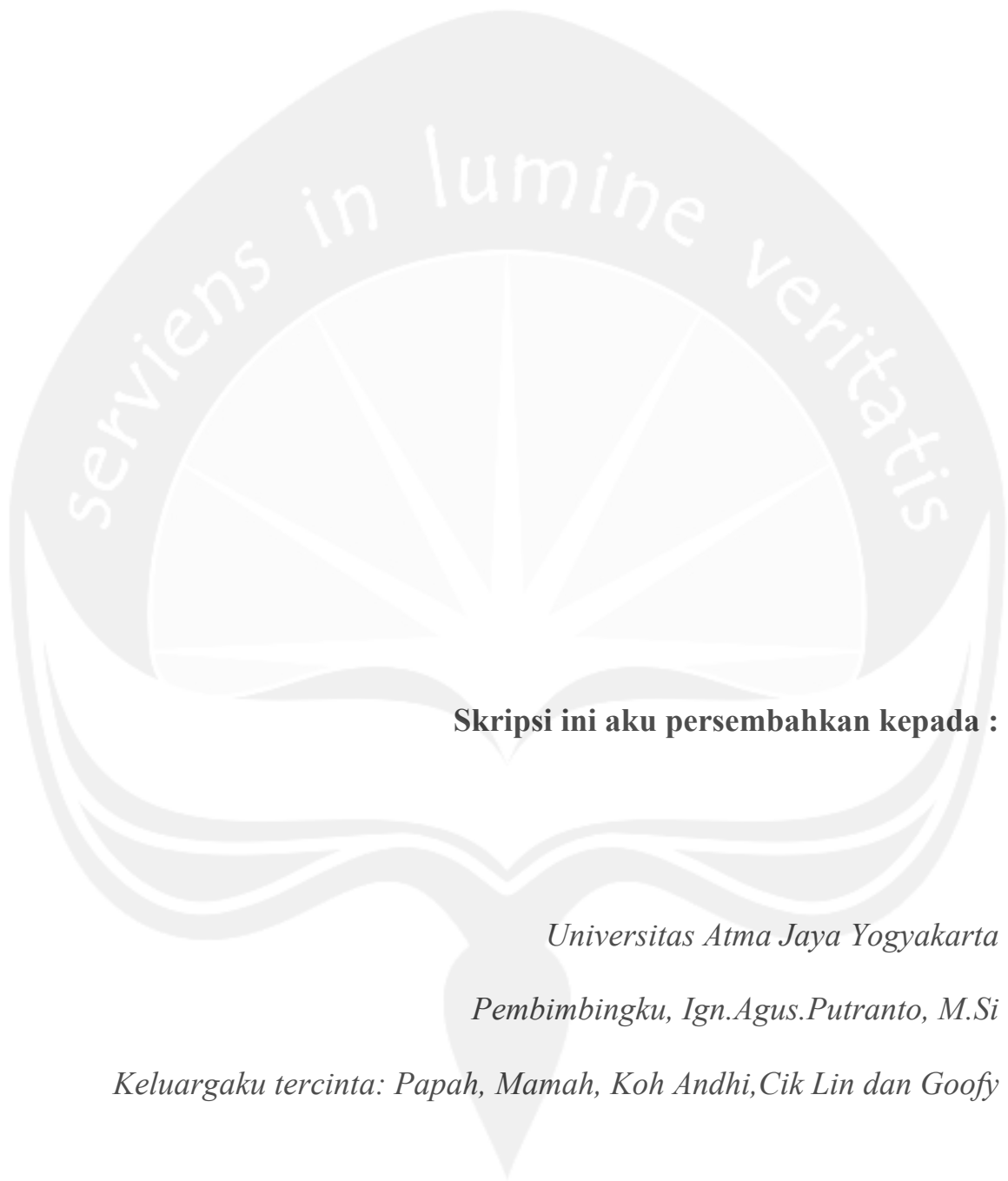


Carolus Boromeus Bhanu Abhinawa

MOTTO



HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini aku persembahkan kepada :

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Pembimbingku, Ign.Agus.Putranto, M.Si

Keluargaku tercinta: Papah, Mamah, Koh Andhi, Cik Lin dan Goofy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas karunia dan berkat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian penulisan tugas akhir ini. Dorongan, bantuan, serta dukungan melalui keluarga, sahabat, dosen pembimbing, bahkan orang – orang yang belum penulis kenal, semuanya itu adalah bagian dari rencanaNya. Hambatan, tantangan, serta berbagai kejadian yang tidak diharapkan datang juga atas rencanaNya. Seluruh peristiwa itu banyak memberikan manfaat dan pengetahuan baru bagi penulis.

Kesuksesan dan kelancaran penulisan tugas akhir ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yesus Kristus dan Bunda Maria atas segala berkat dan penyertaanNya Engkaulah andalanku.
2. Kedua orang tuaku, kakakku, adikku yang telah memberi dukungan dan tekanan. Skripsi ini kupersembahkan kepada kalian, aku tahu kalian pasti bangga karena aku sudah lulus.
3. Bapak Agus Putranto, selaku dosen pembimbing dan kesabaran, keuletan, dorongan, serta bantuannya selama menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Anita Herawati dan Ibu Ayu, selaku penguji I dan II, yang telah memberikan revisi – revisi yang bermanfaat dan meluluskan hingga bisa memperoleh gelar S.I.Kom
5. Seluruh dosen FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas ilmu yang diberikan.
6. Seluruh staf Tata Usaha atas bantuannya.
7. Seluruh staf Matari Advertising Jakarta yang berkenan untuk bekerja bersama.
8. Mas Oni, selaku Creative Director atas data – data yang diberikan.

9. Mas Ares selaku Copywriter, dan Mas Peki selaku Art Director atas masukan – masukan dari data – data yang diberikan Mas Oni.
10. Seluruh Crew Human Production Film “Cita –Citaku Setinggi Tanah” yang telah memberikan dorongan dan tekanan pada saat pembuatan film dan saya juga membuat skripsi dalam waktu yang bersamaan. Akhirnya cita – citaku untuk lulus terkabul juga. Semoga Film ini segera ditayangkan di bioskop.
11. Rina, Tika, Lia teman – teman yang jauh disana yang juga selalu memberikan semangat terus menerus saat mengerjakan skripsi.
12. Ninta, Barney, Rega, Melya, Robin, atas bimbingan dan contoh – contoh skripsi kalian.
13. Teman – teman Fisip seperjuangan (Edo MJ, Pengot, Yoga 05, Yoga 04, Adi, Jojo, Deponk, Bowil 07, Guntur 07, Antik, Nina, Astrek, Damar, Olint, Santi, Putu Mega 06, Alfi 04), buat kebersamaan kita selama ini. Akhirnya saya lulus juga.
14. Grup BBM Bocahe Lintang, Gank Fisip, Gspot Indonesia dan Keluarga Daryanta atas semua dukungan yang kalian berikan.
15. Teman – teman sepeda dan ngebolang Bayu, Dhanes, Aris, Adit, Dahana, Chandra Sena, Paijo, Pendex atas ajakan gowesnya kalau skripsi mulai tidak ada jalan keluar dan butuh refreshing.
16. Pembantu dirumah yang selalu membereskan kertas – kertas berserakan di dalam kamar.
17. Semua orang dan handai taulan yang telah memberikan warna warni dalam hidupku.
18. Semua teman – teman, khususnya yang menemani pada saat sidang saat itu.
19. Goofy anjingku yang paling sering menemani pengetikan skripsi ini

Akhir kata penulis juga ucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dan mendukung selesainya tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Yogyakarta, 21 Juli 2011

Penulis

Carolus Boromeus Bhanu Abhinawa

ABSTRAK

Strategi memegang peranan penting dalam penentuan keberhasilan iklan, maka dibutuhkan suatu strategi kreatif untuk mengenalkan produk tersebut di mata konsumen sekaligus dapat menanamkan *image* di benak konsumen yang bersifat menginformasikan, mempersuasi, dan mengingatkan. Selama Kuliah Kerja Lapangan (KKL) terdahulu, peneliti tertarik untuk mengangkat topik yang berkaitan dengan Strategi Kreatif Iklan. Berdasarkan Latar Belakang, maka Skripsi ini ingin melihat “Bagaimana Penyusunan Strategi Kreatif Iklan Teh Botol Sosro dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya”. Untuk melihat proses tersebut, peneliti menggunakan konsep Kreatif dan *Brand Awareness* dengan menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif. Lokasi Skripsi di Matari Advertising Jakarta.

Dari hasil penelitian, peneliti menemukan hal yang menarik dalam proses brainstorming antara klien dengan Matari. Hal menarik tersebut adanya kekompakan antara klien dengan tim kreatif Teh Botol Sosro, kekompakan tersebut terlihat ketika tim kreatif mempresentasikan ide besar pesan iklan kepada klien. Ide tersebut langsung diberi respon yang baik oleh klien. Tim kreatif memberikan beberapa contoh peran yang kemudian dipilih oleh klien. Terpilihlah seorang tukang bangunan, eksekutif muda dengan sekretarisnya kemudian guru SD. Pemilihan tersebut berdasarkan pada peran untuk mengarah kepada pesan iklan. Klien menyetujui hal itu, lalu meminta untuk melakukan eksekusi sesuai dengan storyboard yang dibuat oleh art director dan copywriter.

Penyusunan strategi kreatif iklan Teh Botol Sosro versi peran ini dimulai dari pertemuan klien dengan pihak Matari Advertising. Proses meeting dilakukan untuk membahas kelengkapan mengenai produk Teh Botol Sosro yang dilakukan oleh Brand Manager Teh Botol sosro selaku orang yang tahu persis dengan produk ini. Tim kreatif bersama dengan klien membuat kesepakatan, bahwa versi peran yang akan dieksekusi untuk menjadi sebuah tayangan iklan. Dipimpin oleh Director Eugene Panji, seorang sutradara yang mampu menghidupkan cerita dari storyboard yang telah dibuat. Melihat bagaimana iklan ini sukses dengan cara mengadakan event Teh Botol Sosro yang menyiapkan stand – stand makanan dengan minuman Teh Botol Sosro, untuk melihat kesuksesan ini hanya dilihat dari banyaknya orang yang mengunjungi acara tersebut / *awareness*.

Secara keseluruhan peneliti mengambil kesimpulan bahwa hubungan baik antara klien dan pihak Matari bisa membuat iklan ini cepat dieksekusi. Proses pengambilan ide kecil ke dalam ide besar hanya dilakukan dua kali brainstorming sehingga didapat versi peran ini. Tim kreatif yang terdiri dari Creative director, art director dan copywriter bekerja dengan baik, sehingga seluruh permasalahan yang terjadi bisa diselesaikan dengan baik.

Kata kunci : Strategi Iklan, Brand Awareness, Tim Kreatif

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
E.1.Penyusunan Konsep Kreatif	12
E.2.Brand Awareness	21
F. Metode Penelitian	23

F.1. Jenis Penelitian	23
F.2. Lokasi Penelitian	24
F.3. Objek Penelitian	25
F.4. Sumber Data	26
F.5. Teknik Pengumpulan Data	27
F.6. Teknik Analisa Data	28
 BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Matari Adverting	30
B. Struktur Organisasi	36
C. Sejarah Bisnis Minuman Teh Botol Sosro	37
 BAB III PEMBAHASAN	
A. Profil Narasumber	42
B. Deskripsi Hasil Penelitian	42
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Strategi Kreatif Iklan Teh Botol Sosro	49
D. Analisis Data dan Pembahasan	51
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Piramida Awareness	22
Gambar 2. Versi Kemasan Teh Botol Sosro	39
Gambar 3. Produk Teh Botol Sosro	41
Gambar 4. Storyboard Teh Botol Sosro	45
Gambar 5. Bagan Strategi Kreatif Iklan Matari Advertising	52