

**STRATEGI KREATIF PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“ADI” OLEH BIRO IKLAN EXISTCOMM YOGYAKARTA**

**CREATIVE STRATEGY OF PUBLIC SERVICE ADVERTISING
PRODUCTION “ADI” BY EXISTCOMM YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana S-1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Disusun Oleh:

Desem Ashari

NIM : 20050530019

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan didepan tim penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari / Tanggal : Sabtu, 14 Agustus 2010
Tempat : Lab. Editing
Pukul : 10.00 WIB
Nilai :

Susunan Tim Penguji

Pembimbing I

Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si

Pembimbing II

Penguji

Zuhdan Azis, S.IP., S.Sn

Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn.

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Suciati, S.Sos., M.Si.

MOTTO

“kalo bisa dikerjakan besok

kenapa harus dikerjakan sekarang...!!”

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini aku persembahkan untuk:

Allah SWT

Muhammad SAW

Orang Tua

Kakak dan Adik

My Lil' Famz'

Kawan dan Sahabat

Serta Almamater

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Allah SWT dan Muhammad SAW, semua ini tak kan ada tanpa ridho-Mu
2. Ibu dan Bapak yang sangat aku sayangi dan aku banggakan
3. Mas Pipin dan Dik Wilis, jangan sampai kekeluargaan kita berantakan kek di sinetron-sinetron itu yak.. aku takut ☺
4. Ibanesa Neolani dan Shellin Farina, tunggu sampai aku bisa bahagiakan kalian berdua sepenuhnya.. yang sabar yaak ☺
5. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi khususnya angkatan 2005, tak kan aku lupakan kalian semua. Geger, Tutoet, Hajar, Wignyo, Amar, Yunan, Ganjar, Agus, Bayu, Sunny, Yoga, dan yang lupa tidak saya sebutkan.
6. Den Afnand Nugroho, spesial buat anda Den.
7. Dosen pembimbing, Pak Zuhdan dan Bu Sovie yang terhormat serta Dosen Penguji Pak Krisna yang saya hormati pula.
8. Almamater, terima kasih banyak.
9. Serta semua pihak yang belum sempat saya tulis disini.

KATA PENGANTAR

Bismillah Alhamdulillah, puja dan puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas Rahmat dan Berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya tulis skripsi ini.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana sebuah biro iklan memproduksi Iklan Layanan Masyarakat, ditinjau dari strategi kreatifnya. Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran akan menjadi sangat bermanfaat untuk penulis agar dapat menjadi pembelajar di masa mendatang.

Terima kasih yang sebanyak-banyaknya saya haturkan kepada yang terhormat para pembimbingku Bapak Zuhdan Azis dan Ibu Sovia Sitta Sari serta para dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membekaliku ilmu yang sangat bermanfaat. Akan saya kenang selalu jasa-jasa kalian.

Terima kasih pula saya haturkan kepada sahabat dan keluarga saya yang selalu mendukung baik dalam penulisan karya tulis skripsi ini maupun dalam kehidupan sehari-hariku. Jika penulis telah melakukan banyak salah baik itu disengaja ataupun tidak, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya.

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising

Desem Ashari
20050530019

Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat “Adi” oleh Biro Iklan Existcomm Yogyakarta

Tahun Skripsi: 2010 + 85 halaman + 4 tabel + 7 gambar + 2 lampiran

References: 16 buku + 1 majalah + 2 sumber online (1983-2005)

Penelitian ini berusaha mendeskripsikan tentang strategi kreatif proses produksi Iklan Layanan Masyarakat yang diproduksi oleh biro iklan Existcomm Yogyakarta. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan lebih lanjut tentang strategi apasajakah yang diterapkan serta mengetahui apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dari proses produksi tersebut. Kerangka terori dalam penelitian ini adalah penggunaan analisis SWOT dan elemen AIDCA serta SUPER A dalam penentuan strategi kreatif produksi Iklan Layanan Masyarakat “Adi”. Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Existcomm Yogyakarta mempergunakan teori-teori yang juga didapatkan pada perkuliahan didalam penerapannya di lapangan.

Kata kunci: Strategi Kreatif Adi

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN PENELITIAN.....	6
D. MANFAAT PENELITIAN.....	6
E. KERANGKA TEORI.....	8
F. METODE PENELITIAN.....	24
BAB II GAMBARAN UMUM EXISTCOMM	
A. SEJARAH EXISTCOMM.....	30
B. VISI DAN MISI.....	32
C. SERVICE EXISTCOMM.....	33

D. DATA FORMAL PERUSAHAAN.....	40
E. STRUKTUR PERUSAHAAN.....	41
F. BOARD OF DIRECTOR.....	42
G. CLIENT EXISTCOMM.....	43
H. AWARD EXISTCOMM.....	44

BAB III

A. SAJIAN DATA.....	50
B. PEMBAHASAN.....	67

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN.....	83
B. SARAN.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Proses Produksi Iklan TV.....	17
Tabel 2	Proses Produksi.	55
Tabel 3	Proses Produksi Iklan Adi.....	71
Tabel 4	Tiga Unsur Pokok Drama.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	58
Gambar 2.....	59
Gambar 3.....	63
Gambar 4.....	65
Gambar 5.....	65
Gambar 6.....	75
Gambar 7.....	82