

**Skripsi**

**STRATEGI KREATIF IKLAN CETAK WARUNG KOPI BLANDONGAN  
TEMA “HANTU” DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

**(Studi Deskriptif Strategi Kreatif Iklan Cetak Kopi Blandongan Versi “Hantu  
Insomnia, Pocong Kepanasan Dan Kuntilanak Kepanasan” Pada Biro Iklan Srengenge  
Cipta Imagi)**



Disusun Oleh :

**Fahmi Sadriyan**

**20060530092**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2010**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

Telah Dipertahankan dan Disahkan Didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari / Tanggal : Selasa / 10 Agustus 2010

Waktu : 9:30 WIB

Tempat : Lab. Editing

Dengan Nilai :

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua**

**(Muria Endah, S.Ip., M.Si)**

**Penguji I**

**(Zein Mufarrih. S.Ip)**

**Penguji II**

**(Zudhan Aziz, S.Ip., S.Sn)**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**(Suciati, S.Sos., M.Si)**

## **Persembahan :**

**Kupersembahkan kepadamu yang hendak membaca karya  
tulisku ini. mohon maafku yang teramat besar jika ada  
kesalahan pada karyaku dengan ketidaksempurnaannya.  
Semoga dapat bermanfaat bagi kita semua amiin dan  
terimakasih...**

## **Motto**

**Semangat berjuang**

**Teruslah mengejar apa yang kamu inginkan**

**Untuk mempersembahkan cinta yang sempurna**

**Dari sebuah anugrah...**

# **Trimakasihku :**

**Alhamdulillahirobbilalamiin... puji syukurku panjatkan kepada-Mu selalu Ya Allah, atas semua yang telah Engkau berikan kepadaku. Terimakasih juga kuucapkan bagi semua yang telah mendukung dan membantuku:**

- **Bapak ma mak dan iwik n ari yang telah memberiku do'a serta support selalu**
- **Sayangku Nena Reta Apriani yang selalu memberiku semangat dan motivasi melewati cintanya buatku**
- **Semua keluargaku yang memberikan perhatiannya**
- **Mas Yazied Safaat dan semua tim Srengenge Cipta Imagi atas data yang telah diberikannya untuk skripsi ini**
- **Para semua dosen komunikasi yang telah memberikan ilmunya untukku, staff – staff jurusan dan Teman – teman kampus semua khususnya komunikasi '06. Semangat berjuang kawan**
- **Sodaraku di Graha Dieng yang alumni maupun yang masih disana**
- **Batur-batur FKML, semangat nggih meton**
- **Arsitek UII'06, thanks bro juga buat Ari Andi Wywy mas Wawan n mba Ima dan mas Vian colection**
- **Untuk Jogja Dan semua ku ucapkan Terimakasih**

## KATA PENGANTAR

**Assalaamu'alaikum Wr. Wb**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul Strategi Kreatif Iklan Cetak Warung Kopi Blandongan Tema "Hantu" Dalam Membangun *Brand Awareness* ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan kelulusan dan sebuah kewajiban untuk meraih gelar sarjana S1 bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan skripsi ini berlangsung dari awal Februari hingga akhir Juni 2010.

Pada penulisan skripsi ini banyak sekali ilmu dan pengalaman yang penulis dapatkan untuk dijadikan pedoman hidup selanjutnya. Khususnya tentang strategi kreatif pada perusahaan periklanan. Sehingga untuk mendapatkan tantangan kerja selanjutnya penulis telah mempunyai cukup persiapan dan modal ilmu untuk bekerja.

Pada kesempatan kali ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan selama proses pengerjaan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Ibu. Suciati S.Sos, M.Si, selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY
2. Ibu. Muria Endah S.Ip, M.Si selaku dosen pembimbing I
3. Mas Zein Mufarrih S.Ip selaku dosen pembimbing II
4. Bpk. Zuhdan Aziz S.Ip, S.Sn selaku dosen penguji
5. PT. Srengenge Cipta Imagi
6. Jurusan komunikasi dan Fakultas sosial politik UMY
7. Mba siti, om Jono, om Muriadi dan om Yuni

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi UMY

9. Semua pihak yang telah membantu

Akhirnya penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih kurang dari kesempurnaan karena keterbatasan penyusun. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi untuk yang lainnya.

**Wassalaamu'alaikum *Wr. Wb.***

Yogyakarta, 12 Agustus 2010

Penyusun

## ABSTRAKSI

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING**

**FAHMI SADRIYAN**

**20060530092**

**STRATEGI KREATIF IKLAN CETAK WARUNG KOPI BLANDONGAN TEMA  
“HANTU” DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

**(Studi Deskriptif Strategi Kreatif Iklan Cetak Kopi Blandongan Versi “Hantu  
Insomnia, Pocong Kepanasan Dan Kuntilanak Kepanasan” Pada Biro Iklan Srengenge  
Cipta Imagi)**

**Tahun skripsi 2010. Xiii + 100 Hal + 6 Gambar + 2 Lampiran Daftar Kepustakaan 23  
Buku + 2 media online + 1 Majalah (2009)**

Latar belakang penelitian ini adalah bagaimana strategi kreatif iklan cetak kopi Blandongan versi “Hantu” dalam membangun brand awareness pada biro iklan Srengenge Cipta Imagi. Strategi kreatif berdasarkan perspektif pengiklan merupakan orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif untuk membuat sebuah iklan. Tim kreatif Srengenge Cipta Imagi menjalankan proses strategi kreatif melalui tiga tahapan diantaranya mempersiapkan data dan informasi pemasaran, melakukan brainstorming dan melaksanakan presentasi dihadapan klien. Strategi kreatif yang dibuat dalam iklan ini berdasarkan keunikan dari produk. Format iklan yang ditunjukkan yaitu dengan gaya humor. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif dalam pembuatan iklan iklan cetak kopi Blandongan dalam membangun *Brand Awareness* oleh Srengenge Cipta Imagi.

Kata kunci : Strategi Kreatif dan *Brand Awareness*



## DAFTAR ISI

Cover.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Persembahan .....	iii
Motto.....	iv
Terimakasih .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Abstraksi .....	vii
Daftar isi .....	ix
Bab I Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kerangka Teori .....	9
1. Iklan Sebagai Kajian Komunikasi .....	9
2. Pengertian Periklanan .....	12
a) Fungsi dan tujuan iklan.....	14
b) Jenis-jenis Iklan .....	15
c) Format iklan.....	17
3. Penulisan Naskah Iklan.....	18
a) Unsur – unsur dalam membuat sebuah naskah iklan .....	19
b) Proses Layout.....	20
4. Strategi Kreatif.....	22
a) Tahapan-tahapan dalam strategi kreatif .....	25
b) Perumusan ide kreatif .....	26
c) Pengembangan dalam strategi kreatif .....	27
5. Brand Awareness .....	29

F. Kerangka Konsep .....	31
G. Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian .....	36
2. Lokasi penelitian .....	36
3. Obyek Penelitian .....	36
4. Teknik Pengumpulan data .....	37
5. Teknik analisa Data .....	37
Bab II Profil .....	40
A. Profil Srengenge Cipta Imagi .....	44
B. Profil Warung Kopi Blandongan.....	42
C. Visi dan Misi Warung Kopi Blandongan .....	43
D. Slogan dan motto Warung Kopi Blandongan .....	44
E. Produk Kopi Blandongan.....	45
F. Keunggulan Kopi Blandongan .....	46
G. Target audience.....	46
H. Sajian dan Kemasan Produk Kopi Blandongan .....	47
<b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. SAJIAN DATA.....	48
1. Proses Awal kerjasama .....	48
2. Proses Penentuan Strategi Kreatif dan Konsep .....	51
a. Brainstorming .....	51
b. Perumusan konsep iklan .....	54
c. Unsur Naskah dan Layout.....	69
B. Pembahasan.....	75

BAB IV PENUTUP .....	95
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96
Daftar Pustaka.....	97
Interview Guide .....	99