

**TAKTIK KREATIF IKLAN TELEVISI *COMMERCIAL*  
DJARUM BLACK MENTHOL VERSI “ *SNOW BOARD* ”**

**OLEH MACS909**

**( STUDI DESKRIPTIF TAKTIK KREATIF IKLAN TELEVISI  
*COMMERCIAL* DJARUM BLACK MENTHOL VERSI “*SNOW BOARD*”  
DALAM RANGKA *BRAND AWARENESS* OLEH MACS909 )**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

AYU RACHMAWATI WIJAYA

2007 053 0037

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

**2012**

**TAKTIK KREATIF IKLAN TELEVISI *COMMERCIAL*  
DJARUM BLACK MENTHOL VERSI “ *SNOW BOARD* ”  
OLEH MACS909**

**CREATIVE TACTICS COMMERCIAL TELEVISION  
ADVERTISING DJARUM BLACK MENTHOL “ SNOW  
BOARD ” VERSION BY MACS909**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk menempuh persyaratan guna memperoleh derajat sarjana S-1

Disusun Oleh :

AYU RACHMAWATI WIJAYA

2007 053 0037

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari / Tanggal : Kamis / 5 Juli 2012  
Tempat : Ruang Negosiasi IK UMY  
Nilai :

### DISAHKAN OLEH TIM PENGUJI :

Ketua

Haryadi Arief, S.IP., M.Sc.

Penguji I

Penguji II

Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn.

Frizky Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) Tanggal, 5 Juli 2012

Aswad Ishak, S.IP., M.SI.  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ayu Rachmawati Wijaya  
Nomor Induk Mahasiswa : 2007 053 0037  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Advertising  
Judul Skripsi : Taktik Kreatif Iklan Televisi Commercial  
Djarum Black Menthol Versi “*Snow Board*”  
Oleh MACS909.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil menjiplak / plagiat karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 3 September 2012

Ayu Rachmawati Wijaya

## **MOTTO**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Aku, Ayu Rachmawati Wijaya,

Mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orangtuaku tercinta:

**Hi. Rahmein Hendra Wijaya – Hj. Sulistiarti**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Rachmein Hendra Wijaya

Sulistiarti

Mochammad Radhinal Angga Wijaya

Alisha Larasati Wijaya

Asyifa Nazwa Wijaya

Diesta Noerdiawan

Sumiarti

Romlah

Dara Pangling S

Rachmat H

Ida Narutri

Hartono

Siti Maryam

Pieter Rasyidin

Rjini Mulyaningsih

Hesty Ningrum

Eristya Anggani

Nikita Nungki

Putri Afriani

Darmawan Aji S

Denniswara Hermiandra

Harri Sulistio

Reisza Yoan Kartika

Ferinna Yudhi L  
Rjeke M  
Aditiya Prayoga  
Julian Afrizal Aziz  
Muhammad Firdauz  
Friska  
Darpita  
Nuenna  
Debi Herfina  
Wilujeng Wulandari  
Azizah  
Zaki Muhammad  
MACS909  
Budiman Hakim  
Asep Herna  
Miranda Sahabuddin  
Dwina Mayesti  
Agus Ismail  
Vini Tresni

Terimakasih itu menyejukan...



## KATA PENGANTAR

*Assalaamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang selalu memberikan rahmat, nikmat, hidayah dan kasih sayangnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Taktik Kreatif Iklan Televisi *Commercial* Djarum Black Menthol versi “*Snow Board*” Oleh MACS909.” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami banyak kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan dorongan baik moral maupun material dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah mendengar dan mengijabah setiap doa yang aku panjatkan.
2. Kedua orang tuaku Hi. Rahmein Hendra Wijaya dan Hj. Sulistiarti semoga Allah senantiasa selalu melindungi, menyayangi dan mengasihi kedua orangtua ku.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.SI., selaku kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Haryadi Arief, S.IP., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih Pak Har bapak pembimbingku, untuk segala waktu, ilmu dan bimbingannya sehingga skripsi yang saya kerjakan dapat tersusun dengan baik dan benar.
5. Kepada Dosen Penguji, Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn. dan Mbak Frizky Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si. Terima kasih untuk waktu, ilmu dan bantuannya.
6. Seluruh Dosen dan staf karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Mbak Siti (Jurusan IK), Pak Jono dan Pak Muryadi (TU IK), dan Pak Yuli (Perpustakaan IK) terimakasih atas bantuan dan dukungannya.
7. Bapak Budiman Hakim, Mas Asep Herna, Ibu Miranda Sahabuddin, Mba Dwina Mayesti dan seluruh jajaran staf MACS909 di Jakarta.
8. Diesta Noerdiawan. Terimakasih Sayang buat doa, perhatian dan kasih sayangnya.
9. Ketiga adikku. Mochammad Radhinal Angga Wijaya, Alisha Larasati Wijaya dan Asyifa Nazwa Wijaya.
10. Keluarga besarku yang berada di Lampung dan Yogyakarta yang selalu mendo'akan serta memberi dukungan untuk keberhasilanku.
11. Teman-teman Komunikasi UMY angkatan 2007.
12. Dan seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang sudah ikut membantu dalam pengerjaan penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari, bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan adanya saran maupun kritik yang membangun sebagai sesuatu yang bermanfaat untuk masa yang akan datang begitu juga bagi para pembacannya dan menjadikan koreksi agar lebih baik kedepannya.

Yogyakarta, 3 September 2012

Penulis

Ayu Rachmawati Wijaya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I       PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Kajian Teori.....	13
1. Kreatifitas Dalam Iklan.....	13
2. Periklanan.....	17
3. Brand Awareness.....	24
4. Iklan Televisi.....	33
5. Taktik Kreatif Iklan Televisi.....	39
5.1. Pengertian Taktik Kreatif Iklan Televisi.....	39
5.2. Appeals.....	41
5.3. Gaya Eksekusi Dalam Iklan Televisi.....	44
6. Proses Produksi Iklan Televisi.....	49

F. Metodologi Penelitian.....	52
1. Metode Penelitian.....	52
2. Jenis Penelitian.....	52
3. Lokasi Penelitian.....	53
4. Obyek Penelitian.....	53
5. Penentuan Nara Sumber.....	53
6. Teknik Pengumpulan Data.....	54
7. Teknik Analisa Data.....	56
8. Validitas Data.....	57
G. Sistematika Penulisan.....	58
<b>BAB II</b>	
<b>DESKRIPSI BIRO IKLAN MACS909.....</b>	<b>60</b>
A. Sejarah MACS909.....	60
B. Visi dan Misi.....	63
C. Data Formal Perusahaan.....	64
D. Struktur Perusahaan.....	65
E. Profile.....	79
F. Klien MACS909.....	83
G. MACS909 Service.....	85
H. Proses Kerjasama Djarum Black dan MACS909.....	85
I. Print Ad Djarum Black Menthol.....	86
<b>BAB III</b>	
<b>SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>88</b>
A. Sajian Data.....	88
1. Proses Perumusan <i>Client Brief</i> .....	89
2. Proses Perumusan <i>Creative Brief</i> .....	93
3. Proses Perumusan Konsep Kreatif Iklan.....	99
4. Eksekusi Kreatif.....	106
5. Proses Produksi Iklan.....	108
B. Pembahasan.....	113
1. Perumusan <i>Client Brief</i> .....	114
2. Perumusan <i>Creative Brief</i> .....	116
3. Perumusan Taktik Kreatif Iklan Televisi.....	119
3.1.1 Copy Iklan.....	127
3.1.2 Analisis Eksplorasi Logo.....	128
3.2 Daya Tarik Pendekatan Iklan.....	129
3.3 Teknik Visual Iklan.....	130

	4. Eksekusi Kreatif.....	132
	5. Proses Produksi Iklan.....	134
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>144</b>
	A. Kesimpulan.....	144
	B. Saran.....	145

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1. Piramida Brand Awareness.....	29
2. Gambar 2. Proses Produksi Pembuatan Iklan.....	51
3. Gambar 3. Organizational Chart PT. MACS909.....	66
4. Gambar 4. Creative Business Unit 1.....	66
5. Gambar 5. Creative Business Unit 2.....	67
6. Gambar 6. Creative Service .....	67
7. Gambar 7. Account Management Business Unit 1.....	68
8. Gambar 8. Account Management Business Unit 2 .....	68
9. Gambar 9. Business Unit 3 Digital Online Business.....	69
10. Gambar 10. Business Unit 4.....	69
11. Gambar 11. Supporting Department .....	70
12. Gambar 12. <i>Print Ad</i> Djarum Black Menthol 2009 versi <i>wave</i> .....	86
13. Gambar 13. <i>Print Ad</i> Djarum Black Menthol 2010 versi <i>snow board</i> ...	87
14. Gambar 14. <i>Client Brief</i> Djarum Black .....	91
15. Gambar 15. <i>Creative Brief</i> Djarum Black Menthol .....	98
16. Gambar 16. <i>Story board</i> Djarum Black Menthol versi <i>snow board</i> .....	102

## ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

AYU RACHMAWATI WIJAYA

2007 053 0037

TAKTIK KREATIF IKLAN TELEVISI COMMERCIAL DJARUM

BLACK MENTHOL VERSI “*SNOW BOARD*” OLEH MACS909

TAHUN SKRIPSI : 2012 + 131 hal

Daftar Kepustakaan : 33 Buku (1983-2009) + 3 Sumber Online

Periklanan merupakan suatu kegiatan yang banyak dilakukan oleh perusahaan. Iklan yang kreatif merupakan suatu bentuk iklan yang mudah diterima oleh konsumen, sederhana tapi cerdas, tepat sasaran dan efektif. Tujuan Djarum Black Menthol dalam membuat iklan versi *snow board* ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* (kesadaran merek) konsumen Djarum Black, karena launching produk ini bersamaan dengan produk kompetitor yaitu Marlboro yang juga membawa nama Black pada produk terbarunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana taktik kreatif dari iklan Televisi Djarum Black Menthol versi “*snow board*” yang dikembangkan oleh MACS909. Taktik kreatif adalah bagaimana isi pesan dalam iklan dapat dikomunikasikan kepada khalayak sehingga khalayak dapat memahami isi pesan yang akan disampaikan dengan kreatif.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mengungkapkan suatu masalah atau peristiwa sebagaimana adanya dan sekedar untuk mengungkapkan fakta (*fact finding*) sehingga hasilnya adalah ditekankan kepada penggambaran secara obyektif atau apa adanya tentang obyek yang diteliti. MACS909 mendapat kepercayaan dari Djarum Black untuk membuat iklan televisi Djarum Black Menthol versi “*snow board*”. Analisa *client brief* melalui proses *brainstorming* untuk menemukan *creative brief* dan menentukan taktik kreatif yang tepat. Strategi kreatif iklan yang digunakan MACS909 dalam iklan ini adalah strategi USP dari produk Djarum Black Menthol yaitu rasa menthol yang *strong* yang di implementasikan kedalam iklan menjadi sebuah *power* (kekuatan). Taktik kreatif yang digunakan dalam iklan ini adalah penggunaan teknik visual dramatisasi yang dibangun sangat menarik dan *rotoscope* yaitu penggabungan antara gambaran nyata dan animasi. Sedangkan daya tarik periklanan yang digunakan adalah *emotional bonding* yaitu penggabungan antara daya tarik rasional dan daya tarik emosional dalam iklan.

Kata Kunci : Periklanan, Taktik Kreatif, *Brand Awareness*.



## **ABSTRACT**

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA  
SOCIAL AND POLITICAL FACULTY OF SCIENCE  
COMMUNICATION DEPARTMENT  
ADVERTISING**

**AYU RACHMAWATI WIJAYA**

**2007 053 0037**

**CREATIVE TACTICS COMMERCIAL TELEVISION ADVERTISING  
DJARUM BLACK MENTHOL “ SNOW BOARD ” VERSION BY  
MACS909**

**THESIS YEAR : 2012 + 131 pages**

**Bibliography List : 33 Books (1983-2009) + 3 Online Sources**

Advertising is an activity which is mostly done by a company. Creative advertising is a form of advertising that is easily accepted by consumers, simple but smart, targeted and effective. The purpose of the Djarum Black Menthol in making the adversion of snow board is to increase brand awareness of Djarum Black consumers, since the launching of this product in conjunction with competitors products, namely Marlboro who also bore the name of Black on their latest products. This research purpose to know how the creative tactics commercial television advertising Djarum Black Menthol version “snow board” were developed by MACS909. Creative tactics is how the message can be communicated in the ad to the audience, so they can understand the content of the messages to be delivered creatively.

The method used in this research was descriptive qualitative that reveals an issue or event as it is and to reveal the facts (fact finding), so the results emphasized the depiction of an objective or the truth about the object studied. MACS909 as advertising agency won the trust of Djarum Black to make television advertising of Djarum Black Menthol version “snow board”. Client brief analysis through brainstorming process to find creative brief and determine the creative tactics. The creative strategy which is used MACS909 in the commercial is the usage of USP strategy from Djarum Black Menthol that was the strong menthol taste, that implemented into commercial becomes power. The creative tactics which is used in the commercial is the usage of dramatization which build interestingly and rotoscope that is collide the real and animation. Advertising appeals used in this commercial is the emotional bonding appeals that the merger between the rational appeals and the emotional appeals.

Key Word : Advertising, Creative Tactics, Brand Awareness.