

**STRATEGI KREATIF IKLAN UNTUNG BELIUNG  
BRI BRITAMA VERSI KORBAN BAHAGIA  
OLEH MATARI ADVERTISING**

**(Study Deskriptif Strategi Kreatif Pembuatan Iklan Televisi Britama  
Versi Korban Bahagia Oleh Matari Advertising Jakarta  
dalam Membangun *Brand Awareness*)**

**SKRIPSI**

Disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Komunikasi,  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:  
Norma Nitasari  
20040530025

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2008**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi ini telah diuji, dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Skripsi**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Pada:**

**Hari/ Tanggal : Selasa, 4 November 2008**

**Pukul : 08.00-10.00**

**Tempat : Ruang Negosiasi**

Disahkan oleh

Ketua

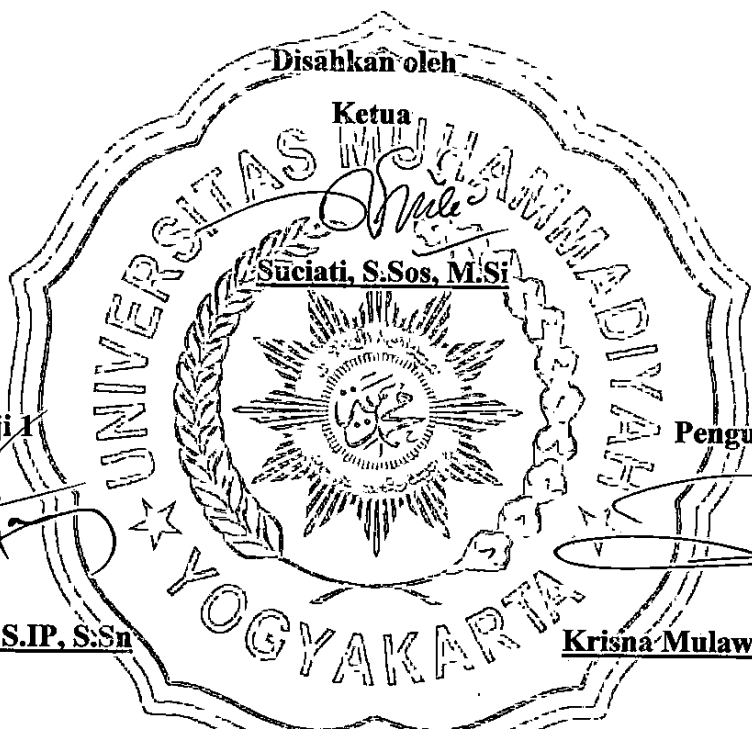
*Suciati*  
**Suciati, S.Sos, M.Si**

Penguji 1

*Zudhan*  
**Zudhan Aziz S.IP, S.Sn**

Penguji 2

*Krisna*  
**Krisna Mulawarman S.Sos**



**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



*Iqbal*  
**Iqbal S.Sos M.Si**

## MOTTO

*Allah tidak memberi apa yang kita inginkan, tapi  
DJA memberi apa yang kita butuhkan. Bersyukurlah  
atas segala nikmat yang telah diberikan Allah kepada*

*kita*

*Waktu tidak akan menunggu kita, tetapi waktulah  
yang akan mengejar kita maka manfaatkan waktu  
sebaik mungkin*

*Gunakan Diri Kita, Maka kita akan  
berguna*

*Gak perlu memandang jauh ke depan untuk lebih  
berarti, tapi gali potensi diri yang sama tertutupi*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang; atas semua Ridho yang diberikan kepadaU....



Buat OrtuA tercinta Ibu Retno Setyowati dan Alm bapak Teguh Subagyo, terima kasih atas doa-doanya, bimbingan, support, dan kasih sayangnya yang tidak bisa tergantikan oleh apapun...



Buat kakakQ Ir.Orbit Suryawan nan jauh disana, ma kasih ya mas buat apa yang udah diberikan selama ini. Doakan aq cepat dapat kerjaan y.

Amin..Amin.. Qt bahagiakan Ibu tercinta....Buat mbak Fitrianita, thx ya atas masukannya, perhatian dan bantuannya... Jangan berantem terus ma kakakQu ya,..mkanya cptan nikah.....



Buat adexQ Elsa Dinamika, dek konyet...makasih yow udah mw bantuin aQ... tapi jangan ditekek gitHu tow muka na ntar jerawat nya tambah banyak lho..hehe...:-



Nah...buat ayankQ maZ Arya, makasih ya yuyunkQ dagH bantuin aQ, dah setia anterin aQ kemana aja. Smoga setelah Qta lulus, smw rencana 'n impian Qta dapat terwujud. Amin...



Bwt pak Gani, makasih dagH anterin ke jakarta, bwt bu Gani nuwun nggih mpun ngancani kulo teng jakarta, buat Kia, jangan nakal ma mb' ta ya.....klo nakal ga tak ajak naik kincir lho...



Trz bwt mb'Etik ma'kasih banyak yaa udagH anterin aQ selama di Jakarta 'n bantuin aQ waktu

bgt ya atas tebengan tempat tinggal selama aq di Jakarta...He..he.. Jasa2 kalian ga mgkn aQ lupakan..

*Bwt Sobatz Qn, Dewi, walaupun Qt dah lulus tapi tetep maen bareng yow,....Wokey.. Bwt Anik n' Tya jangan lupakan perjuangan Qt dulu waktu magang ya.....Pkoknya, tetep inget kata nidji, Jangan lupa an aQ.....He..he...*

Ms rudi, makasih ga bwt pinjaman print nya wkt itu, jangan lupa print nya dibenerin dulu (penuh perjuangan nge print nya) he..he

Terakhir.....mo ucapin makasih bwt semua yang udah terlibat dalam pembuatan skripsi ini yang langsung ataupun g langsung n' g bs aQ sebutkan satu persatu



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia, berkah serta Hidayah-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW, sehingga penulis dapat memperoleh ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan dan penulis juga diberi kesempatan untuk mengetahui penerapan teori perkuliahan pada kenyataan yang diperoleh dalam dunia kerja.

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan selain "Alhamdulillah Rabillalamin" penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: STRATEGI KREATIF IKLAN UNTUNG BELIUNG BRI BRITAMA VERSI KORBAN BAHAGIA OLEH MATARI ADVERTISING JAKARTA".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana Ilmu Politik, Program Study Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sekaligus untuk mengetahuipenerapan teori strategi kreatif dalam pembuatan iklan televise Untung Beliung Britama versi Korban Bahagia oleh Matri Advertising Jakarta dalam Membangun *Brand Awareness* dengan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berlangsung dengan lancar tanpa didukung dan doa dari semua pihak yang menyayangi penulis. Bantuan pengetahuan dan pengalaman yang didapatkan penulis selama masa ketegangan, kegembiraan dalam menyusun bab demi bab dalam menyusun skripsi telah

penulis alami, maka ijinilah penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terkira kepada:

1. Bapak Ir.H.M. Dasron Hamid, M.Sc selaku rector Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Suciati, S.Sos, M.Si selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar selalu memberikan bimbingan, arahan dan pengertian. Terima kasih atas waktu dan kebaikannya yang sudah diberikan. Penulis tidak akan melupakan jasa-jasa ibu.
4. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan saran-saran yang bermanfaat.
5. Krisna Mulawarman S.Sos selaku Dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran bagi penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat kelak.
6. Mbak Dian, selaku HRD Matari Advertising yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian .
7. Mas Agung "Bewok" Suhandjaja, selaku *Associate Creative Director* yang telah memberikan data-data penunjang penelitian.
8. Mbak Amelia, selaku *Account Executive*, yang telah memberikan



9. Segenap Dosen Fisipol Jurusan Komunikasi Universitas muhammadiyah Yogyakarta yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis semoga Ilmu dapat bermanfaat kelak. Amin

10. Pak Jono selaku TU Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu kemudahan administrasi dalam penyelesaian skripsi ini.

11. Seluruh karyawan UMY yang secara tidak langsung mendukung proses penulisan skripsi ini, serta semua pihak yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas kebaikannya.

Pada akhirnya Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, Amin....

Wassalamu'alaikum WrWb.

Yogyakarta, 4 November 2008

Penulis

(Norma Nitasari)

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
HALAMAN MOTTO.....	
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	
ABSTRAKSI.....	
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Kerangka Teori.....	11
1. Periklanan .....	11
2. Iklan televisi .....	15
3. Kreativitas dalam pembuatan iklan .....	17
4. Strategi kreatif periklanan .....	18
5. Pendekatan human dalam iklan .....	20

F. Metode penelitian .....	34
1. Jenis penelitian .....	34
2. Tempat penelitian .....	34
3. Obyek penelitian .....	34
4. Informan penelitian .....	35
5. Tehnik pengumpulan data .....	35
a. Wawancara mendalam.....	36
b. Dokumentasi .....	36
6. Tehnik analisis data .....	37
a. Reduksi data .....	37
b. Display data .....	38
c. Verifikasi .....	38
7. Uji validitas data .....	38
a. Tehnik Triangulasi dengan sumber data.....	38.

<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>40</b>
A.	Sejarah perkembangan Matari Advertsing.....	41
B.	Visi dan Misi Matari Advertising .....	49
C.	Tujuan Matari Advertising .....	51
D.	Kegiatan Utama Matari Advertising .....	51
E.	Produk Matari Advertising .....	54
F.	Struktur Organisasi Matari Advertising .....	50

G. Penghargaan Matari Advertising .....	61
H. Klien-klien besar Matari Advertising .....	69
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
A. Sajian Data .....	71
B. Pembahasan .....	100
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>129</b>
1. Kesimpulan .....	129
2. Saran .....	121

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR STRUKTUR ORGANISASI MATARI ADVERTISING..</b>	<b>59</b>
<b>GAMBAR <i>CREATIVE BRIEF</i> .....</b>	<b>75</b>
<b>GAMBAR <i>BRAINSTORMING</i> .....</b>	<b>80</b>
<b>GAMBAR TULISAN UNTUNG BELIUNG BRITAMA .....</b>	<b>81</b>
<b>GAMBAR DESAIN UNTUNG BELIUNG BRITAMA.....</b>	<b>82</b>
<b>GAMBAR PENGEMBANGAN <i>STORYBOARD</i> .....</b>	<b>85-86</b>
<b>GAMBAR <i>REVIEW</i> .....</b>	<b>87</b>
<b>GAMBAR <i>COMPREHENSIVE</i> .....</b>	<b>87</b>
<b>GAMBAR PRESENTASI .....</b>	<b>89</b>
<b>GAMBAR STORYBOARD .....</b>	<b>92</b>
<b>GAMBAR PRODUKSI .....</b>	<b>97-99</b>