

ABSTRAK

Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Herlinasari (20060530099)

Judul : Strategi Kreatif Iklan Gudang Garam Merah versi Nyalakan Merahmu oleh
Biro Iklan Petakumpet

Tahun skripsi : 2011,

Daftar Pustaka : 10 buku, 3 sumber online

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang Strategi Kreatif Iklan Gudang Garam Merah versi Nyalakan Merahmu oleh Biro Iklan Petakumpet (study deskriptif Strategi Kreatif Iklan Gudang Garam Merah versi Nyalakan Merahmu oleh Biro Iklan Petakumpet). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi Iklan TVC Gudang Garam Merah versi Nyalakan Merahmu oleh Biro Iklan Petakumpet Yogyakarta. Karangka teori melihat dari teori Perumusan Strategi Kreatif (Kasali, 1992:81-82), Penyusunan Strategi Kreatif (Jefkins, 1995:131), Proses Perancangan Kreatif (Budiman, 2008:85-87), dan Kreativitas Pesan Iklan (Santosa, 2009:26-28). Metodologi yang digunakan adalah study deskriptif, Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara, dokumentasi dan study pustaka, lokasi penelitian dilakukan di Biro Iklan Petakumpet Yogyakarta, Narasumber yang diwawancarai adalah *Account Diretor*, *Account Executif* dan Tim kreatif, Teknik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan metode non statistic yaitu analisis kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Strategi Kreatif yang digunakan oleh Biro Iklan Petakumpet adalah Pendekatan emosional dan juga pendekatan *consumer insight*. Sehingga Tim kreatif bias lebih memahami apa keinginan dari Target *audience* agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh target *audience*. sebuah biro iklan juga harus membuat iklan yang berbeda, unik dan segar serta efektif agar iklan tidak jadi sia-sia.

Kata Kunci: Strategi kreatif, *consumer insight*, pendekatan emosional

ABSTRAC

Department of Communication

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Herlinasari (20060530099)

Title: Creative Advertising Strategies Gudang Garam Merah Turn on your red version by the Bureau of Advertising Petakumpet

Year thesis: 2011

Bibliography: 10 books, 3 online sources

This study sought to analyze about Creative Advertising Strategy Gudang Garam Red Light version Petakumpet your red by the Bureau of Advertising (Creative Advertising Strategy descriptive study Gudang Garam Merah Turn on your red version by Petakumpet Advertising Bureau). The purpose of this study was to describe the strategy Gudang Garam Ad TVC Red Light your red version by the Bureau of Advertising Petakumpet Yogyakarta. Karangka theory view of the theory of Creative Strategy Formulation (Kasali, 1992:81-82), Creative Strategy Formulation (Jefkins, 1995:131), Creative Design Process (Budiman, 2008:85-87), and Creativity Ad Messages (Santosa, 2009 :26-28). The methodology used is descriptive study, data collection techniques of research conducted through interviews, documentation and study of literature, the location of the study was conducted in Yogyakarta Petakumpet Advertising Bureau, informants who were interviewed were Director Account, Account Executif and creative team, technique used to analyze data using methods non-statistical qualitative analysis. The study concluded that the strategy used oleh Biro Creative Advertising Petakumpet is emotional approach to consumer insight and approach. So the creative team is more biased than the desire to understand what target audience for the message can be received and understood by the target audience. an advertising agency should also create ads that are different, unique and fresh and effective for your ad to not be in vain.

Keywords: creative strategy, consumer insight, emotional approach