

ABSTRAK

Universitasa Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Dani Akhmad (20040530180)

Judul : Strategi Kreatif TVC Gudang Garam Internasional versi “Fair Play” oleh Biro Iklan Advanatage Advertising Jakarta

Tahun Skripsi : 2011

Daftar Pustaka : 20 Buku + 1 sumber internet + sumber lain

Penelitian ini berusaha menganalisis Strategi kreatif Iklan Televisi Gudang Garam Internasional versi Fair play oleh biro iklan Advantage Advertising (Studi deskriptif strategi kreatif iklan televisi Gudang Garam Internasional versi *Fair play* oleh biro iklan Advantage Advertising). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi kreatif iklan TVC Gudang Garam Internasional versi *fair play* oleh biri iklan Advantage Advertising Jakarta. Teori-teori strategi kratif melihat dari teori perumusan strategi kreatif (Kasali, 1992:81-82), Penyusunan strategi kreatif (Jefkins, 1997:131), dan Proses Produksi iklan (Suyanto,2005: 172). Metodologi yang digunakan adalah studi deskriptif, teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan metode dokumentasi, metode bahan visual, penelusuran data online, studi pustaka, dan wawancara. Penelitian dilakukan melalui telepon dan email dengan nara sumber *Manager Oprational dan Creative Director* biro iklan Advantage Advertising, teknik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan metode non statistic yaitu analisis kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi kratif yang digunakan oleh biro iklan Advantage adalah pendekatan emosional dan juga menggunakan tehnik *consumer insight* dan *slice of life*. Sehingga tim kreatif mampu menyampaikan pesan iklan kepada *target audience*.