

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Al A'Rof Kamal (20040530016)

Judul : Strategi Kreatif Dalam Pembuatan Iklan *unconventional* Media *Biennale* Jogja X Oleh Biro Iklan Rekarupa

Tahun Skripsi : 2011 + 73 hal + lampiran + 22 hal gambar

Daftar Kepustakaan : 14 buku + 4 sumber online

Penelitian ini memfokuskan pada tahap-tahap strategi kreatif pembuatan iklan *unconventional* media *Biennale* Jogja X yang dilakukan biro iklan Rekarupa Yogyakarta. Iklan *unconventional* media merupakan salah satu sarana media untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat berupa produk maupun jasa. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pembuatan strategi kreatif iklan *unconventional* media pada acara dua tahunan *Biennale* Jogja X oleh Rekarupa.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menginformasikan fakta dan menguraikan situasi atau peristiwa. Data yang dikumpulkan dengan wawancara, observasi dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan tahapan-tahapan dalam strategi kreatif iklan *unconventional* media yaitu, *tahap pra produksi*: tahapan ini mengumpulkan informasi kemudian merumuskan strategi kreatif untuk mendapatkan *approval* desain *layout* dari pihak klien, *Tahap produksi* tahapan ini mengaplikasikan desain *layout* yang telah mendapat *approval* dari pihak klien kedalam bentuk nyata. *Tahap pasca produksi* tahapan ini membahas pemasangan iklan serta perijinan pemasangannya, kemudian membahas efek khalayak setelah iklan itu dipublikasikan .

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pembuatan iklan *unconventional* media oleh biro iklan Rekarupa menuai kesuksesan, strategi kreatif pembuatan iklan *unconventional* media *Biennale* Jogja X menerapkan teknik *instrusion* dan teknik *installation*.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Politics and Social Science
Communication Science Department
Advertising Program

Al A'rof Kamal (20040530016)

Title: Creative Strategies on The Making of Unconventional Advertisement of Biennale Jogja X Media by Rekarupa Advertising Agency

Year: 2011 + 73 pages + appendices + 22 picture pages

Bibliography: 14 books + 4 online references

The research on this paper focuses on creative strategic steps on unconventional advertisement making of Biennale Jogja X media done by advertising agency named Rekarupa Yogyakarta. Media unconventional advertisement is one way for media to convey messages (either products or services) to public. The research also aims to describe the process of media unconventional advertisement creative making on the Biennale Jogja X event by Rekarupa.

The research is a descriptive research which aims to inform facts and to elaborate a situation or event. The data are gained from interviews, observation, and close reading on the references. The research follows the steps of media unconventional advertisement creative making which are; *pre-production step*: collecting information the formulating creative strategies to get layout design approved by client, *production step*: processing layout design approved by client to become real products, *post-production step*: deciding the framing or the installation of the advertisement and the licensing, then discussing the effects of the published advertisement to the public.

The result of the research shows that the media unconventional advertisement creative making by Rekarupa advertising agency has gained success. It proves that the creative advertisement making applies intrusion and installation techniques.