

**STRATEGI KREATIF BIRO IKLAN PETAKUMPET
DALAM MENGAHADAPI PERSAINGAN IKLAN DAERAH**
(Studi Deskriptif Petakumpet dalam menciptakan iklan cetak Kedaulatan Rakyat
versi “Pincang Berhati Emas” sebagai *The Best of Print* Pinasthika 2006)

**CREATIVE STRATEGY OF ADVERTISEMENT AGENCY
PETAKUMPET TO FACE THE COMPETITION REGIONAL
ADVERTISEMENT**

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh sebagian persyaratan guna
memperoleh gelar Sarjana S-1



Disusun oleh:
Muhammad Jufri
20010530124

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008**

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 06 Desember 2008
Jam : 14.00-16.00 WIB
Tempat : R. Hibah

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Drs. Rahmat Supriyono, M.Pd.

Penguji I

Penguji II

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

Krisna Mulawarman, S.Sos.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal 06 Desember 2008

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si.
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

MOTTO

*Tiada hari esok tanpa hari ini, dan orang yang
berputus asa yang menyesali kesalahan di hari kemarin.*

(Gafrie)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk mereka yang selalu mendoakan dan mendukungku dengan sepenuh hati.

Terima kasih

- Allah SWT, pemberi jalan dan pembimbing hidupku.*
- Kedua orang tuaku, Kms. Sabri & Masrita semoga selalu rukun dan bahagia sampai kakek & nenek.*
- Kedua kakakku, Bang Iwan & Ayuk Lusi, selamat menempuh hidup baru semoga kalian selalu bahagia.*
- Adeku Rini, kuliah yang rajin ya, semoga sukses.*
- Keluargaku di Jogja, Jambi & Jakarta, dody sayang kalian semua.*
- My Hani makasih atas perhatian & kasih sayangmu.*

Wassalam..

TERMAKASIH

Untuk semua temanku

Tetap selalu semangat dalam memperjuangkan hak-hak kita.

Aku akan ada dan akan selalu mendukung, apapun yang akan kalian lakukan.

*Sampai kapanpun aku tidak akan melupakan kalian.
Semoga kita semua berhasil.*

Wassalam..

*Penghuni Pakar on Seven
Yogyakarta 06 Desember 2008*

PENGANTAR

Assalammualaikum Wr. Wb

Dengan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kenikmatan, karunia, perlindungan dan ridho-nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi besar junjungan umat-nya.

Skripsi dengan judul STRATEGI KREATIF BIRO IKLAN PETAKUMPET DALAM MENGAHADAPI PERSAINGAN IKLAN DAERAH (Studi Deskriptif Petakumpet dalam menciptakan iklan cetak Kedaulatan Rakyat versi “Pincang Berhati Emas” sebagai *The Best of Print Pinasthika* 2006). Ini merupakan salah satu prasyarat bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini:

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si.
3. Dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
Bapak Drs. Rahmat Supriyono, M.Pd. Terimakasih atas bantuan, waktu dan saran yang diberikan kepada penulis, disela-sela kesibukan bapak.
Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn. Terimakasih atas waktu, bantuan dan masukan-masukan yang diberikan kepada penulis.
Bapak Krisna, yang telah memberikan masukan untuk skripsi ini demi mencapai suatu kesempurnaan.
5. Seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Mas Jono untuk kesabaran dan bantuannya.
7. Seluruh staff karyawan biro iklan Petakumpet
Mas Arief Budiman, Managing Director. Atas kesempatannya.
Mbak Dwi Hastuti, Head of HRD. Atas waktu dan kesempatanya.

Mas Apep, Account Executive. Atas informasinya.

Pak Eko, Creative Director. Atas kesabaran dan masukan-masukannya.

Mas Dedy, Art Director. Yang welcome banget.

Mas Indra, Desainer. Atas bimbingannya.

Mas Erwan, Copywriter. Atas semangat dan dorongannya.

Wassalam..

Yogyakarta 06 Desember 2008

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Muhammad Jufri

Strategi kreatif biro iklan Petakumpet dalam menghadapi persaingan iklan daerah
Tahun Skripsi: 2008: 96 hal + 3 hal tabel + 3 hal gambar + 21 hal lampiran
Daftar Kepustakaan: 13 Buku + 1 Kamus + 6 Majalah + 1 Sumber Online

Studi ini berusaha menganalisis strategi kreatif yang digunakan biro iklan Petakumpet dalam menciptakan iklan cetak Kedaulatan Rakyat versi Pincang Berhati Emas sebagai *The Best of Print 2006*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perumusan strategi kreatif yang digunakan kreator iklan dalam pembuatan iklan. Serta faktor pendukung dan penghambat dalam perumusan strategi kreatif iklan cetak Kedaulatan Rakyat versi Pincang Berhati Emas.

Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa strategi yang digunakan Petakumpet dalam menciptakan iklan tidak terlepas dari teori-teori periklanan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi dan teori lain yang mendukung dalam proses perumusan sebuah kreatif iklan. Dari hasil penelitian yang dilakukan, unsur yang paling penting dalam iklan media cetak Kedaulatan Rakyat adalah *headline*, *bodycopy* dan *visual* iklan. Dimana ketiga unsur ini dapat memberikan *stopping power* dan *eye catching* pada audiens.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif yang dimaksudkan untuk mencermati fenomena yang sedang terjadi. Dalam penelitian deskriptif ini data yang diambil adalah data yang bersifat kualitatif yang menunjukkan kualitas atau mutu dari suatu yang ada berupa keadaan, proses, kejadian atau peristiwa yang dinyatakan dalam bentuk perkataan.

Naskah iklan dibuat berbeda untuk dapat membedakan iklan dengan iklan kompetitor. Dan dengan muatan budaya lokal Yogyakarta sebagai sajian utama dalam iklan, merupakan refleksi dari karakteristik yang dimiliki produk dan sesuai dengan karakter segmen yang ditujukan.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana biro iklan Petakumpet menciptakan strategi kreatif iklan media cetak Kedaulatan Rakyat.

ABSTRACT

Muhammadiyah University Yogyakarta

Social and Politik Faculty

Communication Department

Consentration of Advertising

Muhammad Jufri

Creative strategy of advertisement agency Petakumpet to face the competition regional advertisement.

Paper year: 2008: 96 pages: + 3 tabels pages + 3 pictures pages + 21 enclures pages

Bibliography: 13 Books + 1 Dictionary + 6 Magazines + 1 Web source

This study try to analyze creative study that use Petakumpets advertising agency in create print advertising Kedaulatan rakyat version Pincang Berhati Emas as The Best of print 2006.

The purpose of the research is to know how the formulation of the creative strategy that use advertising creator in making advertising. Also supporting and retarding in formulating strategy of creative print advertising Kedaulatan rakyat version Pincang Berhati Emas.

A result of the research showed that strategy that use Petakumpet in creates advertisement can't to loose from the advertisement theory. Theory that use in this research are communication theory and others theory that supporting in formulated process a creative advertisement. A result that done, the most important element in print media advertising Kedaulatan Rakyat are headline, bodycopy, and advertising visual. All of the elements give stoping power and eye catching to audiens.

The researches methods that used is analyzed descriptive that intended to accurate phenomenon that happens. In this descriptive research the data that taken is qualitative data that showed quality from something likes situation, process, event that decelerated in word form.

Advertisement script made different in order that advertisement and competitor advertisement. And with Yogyakarta local culture as primary in advertisement, to repletion represent from the characteristics that product owned and in accordance with segment character that purposed.

According to that problem, so the writer interested to examine carefully how advertisement agency Petakumpet created a strategy print creative advertising Kedaulatan Rakyat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN TERIMAKASIH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Landasan Teori	6
1. Pengertian Periklanan	7
2. Jenis-jenis Iklan	8
3. Tujuan Periklanan	10
4. Biro Iklan	12
5. Persaingan Iklan	17
6. Strategi Kreatif Iklan	17
7. Iklan Media Cetak	28
F. Metodologi Penelitian	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Tempat Penelitian	35
3. Narasumber	36
4. Jenis Data	36
5. Tehnik Pengumpulan Data	37
6. Analisa Data	39

II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	40
A. Biro Iklan Petakumpet	40
1. Sejarah Berdiri Petakumpet	40
2. Visi dan Misi	41
3. Logo Petakumpet	41
4. Orientasi Perusahaan	42
5. Struktur Organisasi	42
B. Surat kabar Harian Kedaulatan Rakyat	46
1. Sejarah Berdiri Kedaulatan Rakyat	46
2. Berkembang di Generasi Kedua	47
3. Pembaca Potensial KR	48
4. Data Media	48
5. Tiras Kedaulatan Rakyat	49
III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Awal Kerjasama Klien dan Petakumpet	50
B. <i>Brainstorming</i>	52
1. <i>Client Brief</i>	53
2. <i>Creative Brief</i>	55
C. Perumusan Konsep Iklan Cetak KR	56
D. Menciptakan Kreatif Iklan Cetak KR	67
E. Naskah Iklan Cetak KR	70
1. <i>Headline</i>	79
2. <i>Bodycopy</i>	80
3. Teks iklan	80
4. Slogan	81
5. <i>Brand</i>	81
6. <i>Mandatory</i>	81
F. Visual Iklan Cetak KR	78
G. Eksekusi Akhir Iklan Cetak KR	87
1. Membuat <i>Layout dan Artwork</i>	87
2. Merancang Visual Utama	91

3. Membuat <i>Baseline</i>	88
4. <i>Mandatory</i>	88
5. Membuat <i>Caption</i>	89
6. Penggunaan <i>Model</i>	89
IV. KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Struktur Organisasi Petakumpet	43
Tabel 2.	Tiras Surat kabar Kedaulatan Rakyat	49
Tabel 3.	Tiras Surat kabar Harian Wilayah Yogyakarta	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Iklan cetak Kedaulatan Rakyat versi Punk	77
Gambar 2. Iklan cetak Kedaulatan Rakyat versi Waria	77
Gambar 3. Iklan cetak KR versi Pincang Berhati Emas	79