

STRATEGI KREATIF DALAM PEMBUATAN TVC

MERIT PLUS VERSI *KEEP SLIM*

OLEH EXISTCOMM YOGYAKARTA

(STUDI DESKRIPTIF STRATEGI KREATIF DALAM PEMBUATAN

TVC MERIT PLUS VERSI KEEP SLIM

OLEH EXISTCOMM YOGYAKARTA)



Nama : Mario C. Wibowo

NIM : 20030530238

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI (*ADVERTISING*)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2010

**CREATIVE STRATEGY IN THE MAKING OF MERIT PLUS
TVC KEEP SLIM VERSION BY EXISTCOMM YOGYAKARTA
(DESCRIPTIVE STUDY QUALITATIVE CREATIVE STRATEGY
IN THE MAKING OF MERIT PLUS TVC KEEP SLIM VERSION
BY EXISTCOMM YOGYAKARTA)**

**Prepared and Submitted For Complying a Requirements Final Project to get
Bachelor's Degree at Majors Communication of Sciences, Faculty of Social and
Political Sciences, University of Muhammadiyah Yogyakarta.**



Disusun oleh :

Mario C. Wibowo

2003 0530 238

**MAJORS COMMUNICATION OF SCIENCES
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES,
UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2010

HALAMAN PENGESAHAN

**Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Pada :

Hari / Tanggal : Kamis / 22 April 2010
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Lab. Editing
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

KETUA

Sovia Sitta Sari, S.IP. M.Si

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 22 April 2010

Suciati S.Sos. M.Si

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Skripsi ini dipersembahkan kepada anak-anak muda yang memiliki semangat besar untuk bisa bekerja di industri kreatif periklanan Indonesia. Jadilah *Creative Director, Copywriter, Art Director, Storyboard Artist, AE, Media Planning, Media Buyer, Strategic Planner*, bahkan *CEO* sesuai impian kita. Tinggalkan kemalasan, hilangkan ketakutan, dan tetaplah yakin bahwa kita adalah anak-anak muda yang mempunyai dedikasi tinggi terhadap impian dan tujuan ”.

HALAMAN SLOGAN

“Only young man can change it”

HALAMAN TERIMA KASIH

Saya jadi teringat film *validation* ketika harus menyampaikan perasaan terima kasih saya kepada siapa saja yang selama ini telah membantu saya menyelesaikan penelitian ilmiah ini. Bentuklah dirimu menjadi pribadi yang menghargai setiap pekerjaan yang kamu lakukan dan naikkanlah nama-nama orang yang telah membantu selama pekerjaan itu dikerjakan di tempat yang terbaik di hatimu.

Namun sebelum saya menyampaikan terima kasih kepada orang-orang tersebut. Terlebih dahulu, saya ingin menaruh TUHAN saya, ALLAH S.W.T, yang paling pertama untuk saya ucapkan terima kasih dan meletakkannya di paragraf ini. Alhamdulillah!!

Saya menyadari betul betapa orang-orang yang sudah meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, langsung maupun tak langsung serta mereka yang sudah mendukung saya secara finansial patut saya berikan apresiasi setinggi-tingginya. Tulisan-tulisan berikut pemikiran yang saya tuangkan di karya ilmiah ini sepenuhnya saya persembahkan kepada orang-orang tersebut. Tak terkecuali, saya pun memberikan rasa terima kasih saya terhadap benda-benda yang hanya bisa saya sentuh, saya gunakan, saya dengarkan, namun mereka tak dapat berkomunikasi dengan saya.

Saya mendoakan agar orang-orang yang saya sebutkan di bawah ini akan diberi panjang usia, kesehatan yang sempurna, rejeki yang baik, jodoh yang sesuai, dan menjadi manusia yang bermanfaat bagi manusia yang lainnya :

- Ibu. Emmy Ismiaty & Bpk. Triyono Mulyadi selaku kedua orang tua saya.
- Christine Apriyanti, Kurnia Ramayani, Aji Priandito, & Suryo Hadipamungkas selaku saudara-saudari saya.
- Ibu. Sovia Sitta Sari S.IP M.Si, Bpk. Krisna Mulawarman, S.Sos, & Bpk. Zuhdan Aziz S.IP, S.Sn selaku dosen-dosen pembimbing dan penguji.
- Ibu. Suciati S.Sos, M.Si, selaku ketua jurusan komunikasi.
- Ibu. Betty Hadiati. SE, & Bpk. Purwadmadi, selaku dosen-dosen mata kuliah iklan.
- Bpk. Drg. Eddy Purjanto, selaku *CEO* Existcomm.
- Ibu. Margaretta Wulandari, selaku *CD* Existcomm.
- Ibu. Nita, selaku *corporate secretary* Existcomm.
- Muhammad Firdaus Rahmadi, Sukirman, Imadudin Ismail, Sardi Winata, Dian Wahyudi, Ronnie, Daril Ansyari, Kurnia Ediarto, Eka, Sudjarwo, Herliansyah Rusmawanto, Boy Nugroho, Bang Day, Rika Rahmayanti, Silvia, Handrio, Irfan Fachrudin, Ari Adam Wijaya, Nala Budi Saputra, Wahyu, Didi, Heri, Agung Bogel, Apung, Nagin, Rina, Zaky, Sunni, Ardiansyah Jaelani, Ferry Ardiansyah, Dhani Hargo, Adzwari Ridzki, Agung Supriyanto, & Nono, selaku para kawan.

- John Lennon & Yoko Ono, Bob Dylan, The Clash, Feist, ERK, The Smiths, Tom Waits, Koil, She & Him, Norah Jones, Kate Rusby, Iwan Fals, Artic Monkeys, Joni Mitchell, Chopin, Mozart, Bethoven, Regina Spektor, Sigur Ros, Seringai, Frente, U2, The Cranberries, Camera Obscura, Gugun & Blues Shelter, Bob Marley, Joe Strummer, White Stripes, Ramones, Alannis Morissette, Nirvana, Gorillaz, Green Day, Stephan Bishop, Fiona Apple, Sarah Maclachan, Phil Collins, TOTO, Metalica, Jason Miraz, John Legend, The Ting Ting, Lenka, Daniel Powder, Michael Buble, James Blunt, Eric Clapton, Float, The Beatles, Jimi Hendrix, Led Zepplin, Johnie Cash, Radiohead, Simon & Grafunkel, Pink Flyod, Nico, Velvet Underground, Sixpence None The Richer, Queen, The SIGIT, Richie Kotzen, Belle & Sebastian, selaku penyemangat setiap saat.
- Karl Marx, Frrederich Engels, Pramoedya Ananta Toer, Edward Said, Frank Jefkins, Fallon, Sindhunata, Steve Slaunwhite, dan pengarang-pengarang lainnya di rak buku saya.
- Bpk. H. Djunarto, Ibu. Djuariah, Yosie, Titis, Mbak Evie, & Mbak Ema, selaku pemilik indekost.
- Mbak Par & Bpk. Narto, selaku pemilik rumah makan di Gamping.
- Bpk. Jono, Mbak. Siti, & Pak Mur selaku pegawai TU IK.

Terima kasih pula kepada produk-produk yang menemani saya setiap waktu.

- Shogun 125, B6692CBM.
- Acer Aspire WLCI 1690.
- Tohsiba Satelite L200.
- Altec.

- Adobe Photoshop & Illustrator.
- Microsoft.
- Yahoo.
- Google.
- Blogspot.
- Wordpress.
- Facebook.
- Detik.com
- Kompas.
- Ink Helmet.
- Casio.
- TCL.
- National.
- G-cube.
- Exim Jeans.
- Tokai.
- Adidas.
- Puma.
- Converse.
- Scoop.
- God Inc.
- D'loop
- Airplane System.
- Andrie Mitchel.

- Number 61.
- Aqua.
- Sariwangi.
- Formula.
- Eiger.
- Milo
- Bir Bintang.
- Djarum Super.
- Marlboro.
- Maspion.
- Altec.
- Rexona Men.
- Clear Men.
- Gatzby Water Gloss.
- Nivea Men.
- Biore Men.
- Zact tooth paste.
- Bulgari Aqua.
- Snowman Drawing Pen.
- Pilot.
- 2B & Faber Castell.
- Sinar Dunia.
- Steadler eraser.
- Nokia.

- Smart.

HALAMAN PENGANTAR

Penulis memanjatkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah S.W.T sehingga skripsi penulis berjudul “STRATEGI KREATIF DALAM PEMBUATAN TVC MERIT PLUS VERSI *KEEP SLIM* OLEH EXISTCOMM YOGYAKARTA sukses diselesaikan.

Kesuksesan ini pun tidak lepas dari campur tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, di sini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Sovie Sitta Sari S.IP, M.Si, selaku dosen pembimbing I
2. Bpk. Krisna Mulawarman, S.Sos, selaku dosen pembimbing II
3. Bpk. Zuhdan Aziz S.IP, S.Sn selaku dosen penguji.
4. Ibu. Suciati S.Sos, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Bpk. drg. Eddy Purjanto, selaku *CEO* Existcomm.
6. Ibu. Margaretta Wulandari, selaku *CD* Existcomm.
7. Ibu. Nita, selaku *corporate secretary* Existcomm.
8. Keluarga Besar PT. Eksis Cipta Komunika / Existcomm.

Semoga apa yang telah diberikan oleh pihak-pihak di atas selama penulis melakukan penelitian dapat dibalas oleh Tuhan dengan sebesar-besarnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Apabila terdapat kesalahan maupun kealpaan penulis dalam setiap penulisan di karya ilmiah ini, penulis mohon maaf. Saran dan koreksi dinantikan.

Demikianlah pengantar yang penulis bisa sampaikan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 2 Mei 2010

Penulis

Mario C. Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDULi
HALAMAN PENGESAHANii
HALAMAN PERSEMBAHANiii
HALAMAN SLOGANiv
HALAMAN TERIMA KASIHv
KATA PENGANTARvi
DAFTAR ISIvii
ABSTRAKSIviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang1
B. Rumusan Masalah6
C. Tujuan Penelitian7
D. Manfaat Penelitian7
E. Kerangka Teori8
1. Periklanan8
2. Iklan Televisi (TVC)10
3. Strategi Kreatif15
3). Strategi Kreatif Iklan Televisi26
F. Metode Penelitian38

BAB II PROFIL EXISTCOMM

A. Profil Perusahaan44
B. Sejarah Perusahaan44
C. Visi dan Misi46
D. <i>Board of Director</i>46
E. <i>Job Descriptions</i>48
F. <i>Service</i>53
G. Program Promosi54
H. <i>Clients</i>55
I. <i>Awards</i>56

BAB III PEMBAHASAN

A. Sajian Data59
1. <i>Proses Client Brief</i>59
2. <i>Proses Analisa Client Brief</i>61
3. <i>Proses brainstorming, penentuan strategi kreatif, dan final artwork</i>64
4. <i>Proses Pre Production</i>75
5. <i>Proses Eksekusi</i>78
B. Pembahasan80
1. <i>Periklanan</i>80
2. <i>Iklan Televisi (TVC)</i>86
3. <i>Strategi Kreatif</i>99
3). <i>Strategi Kreatif Iklan Televisi</i>129

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan140

B. Saran142

LAMPIRAN143

DAFTAR PUSTAKA151