

STRATEGI KREATIF DESAIN PESAN IKLAN TV

(Studi Deskriptif pada Iklan Layanan Masyarakat Program Sosialisasi Pemilukada Kabupaten Sleman, Bantul dan Gunung Kidul tahun 2010 versi "Kampanye Damai dan Hak Pilih" Dengan Daya Tarik Humor dan Daya Tarik Positif/Rasional di Televisi Lokal Jogja Oleh Jagad Wiyar Production)

CREATIVE STRATEGY ADVERTISEMENT MESSAGES DESIGN TV

(Description of the public service advertisement of the head of a district election Socialization Program in Sleman, Bantul, and Gunung Kidul Regency in year 2010 version "peaceful campaign and suffrage" with the attraction of humor and positive / rational on Jogja Local Television by Jagad Wiyar Production).

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh

FAJAR NURDIYANTO

20050530153

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ISIPOL

UNIVERSITAS MUHAMADIYAH YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 10 Agustus 2011
Tempat : R. Negoisasi Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yoyakarta.

Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



(Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn)

Penguji I



(Fajar Junaedi, S.Sos., MSi)

Penguji II



(Muria Endah S., S.IP., M.Si.)

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

Tanggal 10 Agustus 2011



(Aswad Ishak, S.IP., MSi)

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2011

Motto

**JANGAN PERNAH MENGAJARI
BEBEK BERENANG**

-378-

**Tut Wuri Handayani,
Ing Ngarso Sung Tulodo**

-Ki Hajar Dewantoro-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini penulis nulis persembahkan teruntuk...

Bapak-Ibu orang tua yang selalu oke dalam membimbing dan memberikan arahan sehari-hari hingga bisa mensekolahkan anaknya hingga jenjang perguruan tinggi dan sampai pada akhirnya di wisuda. Tak kelak dengan dukungan bapak-ibu semoga anak-anaknya bisa menjadi contoh dalam kehidupan yang agamis, sosialis dan kreatif.

Semua teman, sahabat, guru di kampus, dan orang-orang yang telah berperan besar dalam penelitian ini.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat. Salam Sehat

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji penulis damapaikan kepada ke hadirat Allah SWT, tuhan sekalian alam, yang maha pengasih dan maha penyayang bagi seluruh umat-Nya. Alhamdulillahirrabbi'l'amin, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai tugas akhir yang ditulis untuk memenuhi syarat guna mempeoleh gelar sarjana (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari banyaknya bantuan moril maupu materiil oleh pihak-pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan penghargaan yang begitu dalam, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya atas dukungan dan dorongannya, kepada :

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dengan semesta alam-Nya.
2. Bapak Aswad Ishak.,S.IP.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Zuhdan Aziz.,S.IP.,S.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran kepada penulis dalam

4. Mas Fajar Junaedi.,S.Sos.,M.si dan Ibu Muria Endah S.,S.IP.,M.Si. selaku dosen penguji, yang telah memberikan masukan dan nasehat yang sangat berarti bagi penulis dalam menyempurnakan skripsi ini
5. Ibu Suciati.,S.sos.,M.Si. selaku Dosen wali yang telah membimbing penulis selama perkuliahan.
6. Dosen-dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Bpk Murjono, Bpk. Muryadi, Mbak Siti, Mas Yuli, Bpk Slamet selaku birokrat jurusan yang selama ini telah melayani, memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Mas asykuri, Mas Bowo beserta Jagad wiyar Production, yang telah bersedia menjadi obyek penelitian penulis selama ini.
9. Ibu Arita, Bpk. Bayu, Bpk. M. Najib dan KPU Provinsi DIY, yang telah membantu dalam pencarian data-data selama penelitian.
10. Bpk. Parjiono dan Ibu. Mardiyah selaku orang tua yang telah memberikan moril dan materiil selama penulis kuliah dan membuat skripsi ini.
11. Saudara-saudara saya, Anjar, Mbak Nia, Risa, beserta nenek kami, Jiyo Sutrisno, Pawiro Inangun yang selalu memberikan dorongan kepada penulis selama ini.
12. Keluarga Besar Rumah Sehat Management, Lengsmooth Production, keluarga besar UKM Musik UMY, Konspirasi Tuan Tanah, Fortis

13. Studio music 14 , selaku inventaris keluarga besar bapak RT 14.

14. Semua Pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu, terima kasih segalanya.

Semoga dengan ini semua, Allah SWT memberikan balasan yang mulia atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 10 Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Teori.....	7
1.5.1. Iklan Layanan Masyarakat di Televisi.....	7
1.5.2. Strategi Kreatif Produksi Iklan.....	12
1.5.2.1. Naskah Iklan.....	16
1.5.2.2. Storyboard.....	17
1.5.3. Daya Tarik Pesan Iklan Televisi.....	19
1.5.3.1. Pendekatan Daya Tarik Humor.....	21
1.5.4.2. Pendekatan Daya Tarik Positif/Rasional..	23
1.6. Metodologi Penelitian.....	25
1.6.1. Metode penelitian.....	25
1.6.2. Desain penelitian.....	26

1.6.3. Obyek penelitian.....	26
1.6.4. Sumber dan Jenis data.....	27
1.6.5. Teknik analisis data.....	28
BAB II GAMBARAN UMUM JAGAD WIYAR PRODUCTION	
2.1. Profil Jagad Wiyar Production.....	31
2.2. Visi dan Misi Jagad Wiyar.....	34
2.3. Struktur Jagad Wiyar.....	35
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
3.1. SAJIAN DATA.....	38
3.1.1. Awal Kerjasama dan Latar Belakang Masalah.....	38
3.1.2. Riset dan Brainstorming.....	39
3.1.3. Perumusan Strategi Kreatif Desain Pesan Iklan Layanan Masyarakat KPU Prov DIY.....	44
3.1.4. Proses penciptaan kreatif dalam menyusun desain iklan dengan pendekatan daya tarik humor dan pendekatan daya tarik positif rasional.....	46
3.1.5. Pembuatan Naskah Iklan Layanan Masyarakat.....	50
3.1.6 Pra-Produksi Iklan Layanan Masyarakat.....	59
3.1.7. Proses produksi dan pasca produksi ILM.....	65
3.2. PEMBAHASAN.....	67
3.2.1. Penyusunan Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat Sosialisasi Pemilukada 2010 di Sleman, Bantul, Gunung Kidul Oleh Jagad Wiyar Production.....	67
3.2.1.1. Implementasi Pembuatan Naskah Iklan.....	74
3.2.1.2. Pemilihan Media Televisi lokal.....	77

3.2.2.Implementasi Pendekatan Daya Tarik Humor dalam Desain Pesan Iklan Layanan Masyarakat Sosialisasi Pemilukada 2010 di Sleman, Bantul, Gunung Kidul Oleh Jagad Wiyar Production.....	79
3.2.3.Implementasi Pendekatan Daya Tarik Positif/Rasional dalam Desain Pesan Iklan Layanan Masyarakat Sosialisasi Pemilukada 2010 di Sleman, Bantul, Gunung Kidul Oleh Jagad Wiyar Production.....	87

BAB IV PENUTUP

4.1. KESIMPULAN.....	91
4.2. SARAN.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	: Logo Jagad Wiyar.....	34
Gambar 2.2.	: Struktur Jagad wiyar.....	35
Tabel 2.1.0	: Dokumentasi Produksi H M	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	: Diadaptasi dari John C.Maloney. "Marketing Decision and Attitude Research," dalam Effective Marketing Coordination, ed. George.L.Baker,Jr (Chicago: American Marketing Association, 1961).....	20
Tabel 3.1.1.	: Client Brief.....	41
Tabel 3.1.2.	: Creative Brief.....	43
Tabel 3.1.3.	: Naskah ILM versi pertama "Kampanye Damai".....	51
Tabel 3.1.4.	: Naskah ILM versi Kedua "Hak Pilih".....	52
Tabel 3.1.5.	: Pendekatan Faktual dalam naskah dalam ILM Pemilukada 2010 KPU Provinsi DIY (Versi 1 "Kampanye Damai".....	56
Tabel 3.1.6.	: Pendekatan Faktual dalam naskah dalam ILM Pemilukada 2010 KPU Provinsi DIY (Versi 2 "Hak pilih").....	59
Tabel 3.1.7.	: Storyboard Iklan versi pertama "Kampanye Damai"...	63
Tabel 3.1.8.	: Storyboard Iklan versi "Hak Pilih".....	65
Tabel 3.2.1.	: Tahapan Pembuatan ILM Pemiukada 2010 KPU Provinsi DIY.....	68
Tabel 3.2.2.	: Rumusan AIDCA dalam ILM Pemilukada (Tabel disadur dari John Leckency "Current issues in the Measurement of Advertising" dalam Kleppner's).....	72
Tabel 3.2.3.	: Analisa strategi kreatifiklan melalui perumusan AIDCA dalam ILM Sosialisasi Pemilukada.....	72
Tabel 3.2.4.	: Analisa pendekatan Faktual dalam naskah dalam ILM Pemilukada 2010 KPU Provinsi DIY.....,.....	76
Tabel 3.2.5.	: Penggunaan media Televisi lokal.....	79
Tabel 3.2.6.	: Adegan komedi dengan gaya farce antara Joko dan	81

Tabel 3.2.7.	: Adegan komedi dengan gaya satir.....	82
Tabel 3.2.8.	: Adegan komedi dengan gaya slaptic.....	83
Tabel 3.2.9.	: Adegan komedi satirstik dan farce Joko.....	84
Tabel 3.2.10	: Analisa pendekatan Daya Tarik Humor	87