

ABSTRAKSI

Perkembangan industri periklanan di Indonesia, diikuti pula oleh perkembangan dalam kreatifitas mengolah ide. Gaya penyampaian pesan iklan menjadi sangat variatif, salah satunya dengan menggunakan struktur dramatik. Penggunaan struktur dramatik dalam iklan menjadi menarik untuk dibahas karena dalam kenyataannya banyak orang yang menganggap bahwa dramatisasi adalah kebohongan dalam iklan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian tentang iklan komersial televisi yang menggunakan struktur dramatik yaitu iklan Yamaha Jupiter Z versi “*The Speech Text Condolences*”, “*Feeding Chickens*”, “*Blown by Big Wind*”, “*Komeng Picks up Didi Petet’s Wife*” dan “*Save the Vase*” untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi kreatif penggunaan struktur dramatik dalam iklan komersial televisi. Penceritaan iklan dengan menggunakan struktur dramatik dalam penelitian ini menggunakan teknik *visual combination*, *slice of life*, *storyline*, dan humor.

Teknik *visual combination* merupakan penggabungan dari dua atau beberapa teknik visual. *Slice of life* yaitu menggabungkan “keadaan yang menjengkelkan” ditambah dengan “penyelesaian masalah” ditambah dengan “kebahagiaan” (Kasali, 1992: 95). *Story line* mengemas pesan iklan dibuat dengan alur cerita seperti dalam sebuah film pendek dan menggunakan Struktur Tiga Babak dalam membangun dramatisasi cerita iklan. Humor sering digunakan, karena membuat iklan komersial televisi terlihat lebih menarik dan mudah diingat. Penggunaan teknik *visual combination* dalam obyek penelitian, selain dapat menghasilkan bentuk dramatisasi juga dapat memberikan hiburan (*entertaining*) serta memainkan emosi *audience*.

Meskipun mengandung konotasi sesuatu yang dilebih-lebihkan, akan tetapi dramatisasi bukan berarti membohongi *audience* dengan rekayasa yang diciptakan. Dramatisasi adalah memberikan informasi tentang sesuatu yang benar dengan cara melebih-lebihkan (*exag-generation*) sifat atau keadaannya, dengan maksud untuk menarik perhatian lawan bicara atau konsumen (Madjadikara, 2004: 30). Sementara kebohongan berarti memberikan informasi tentang sesuatu yang tidak benar dengan maksud untuk mengecoh dan menipu lawan bicara. Peristiwa-peristiwa dalam iklan televisi *Yamaha Jupiter Z* sebenarnya merupakan peristiwa yang biasa dialami oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Namun menjadi luar biasa saat dibangun dan divisualkan dengan dramatisasi situasi.

Selain penggunaan teknik *visual combination* dalam iklan, dramatisasi juga didukung oleh *endorser*, antara lain Komeng, Tessa Kaunang, Deddy Mizwar, Didi Petet, Toro Margens, Ida Kusumah, dan Trio Cagur. Penggunaan *endorser* selebriti papan atas tersebut sangat efektif sebagai daya tarik iklan dan menjaga eksklusivitas produk, karena selebriti adalah tokoh pujaan yang dikenal banyak orang, sehingga apa yang mereka katakan atau lakukan akan ditiru oleh penggemarnya.