

STRATEGI KREATIF IKLAN LUAR RUANG

(Studi deskriptif strategi iklan luar ruang oleh biro iklan PT. Karka dalam membuat iklan billboard sarung Gajah Duduk di Pekalongan)

CREATIVE STRATEGY OF OUTDOOR ADVERTISING

(Descriptive study about outdoor advertising strategy issued by PT. Karka billboard designed Gajah Duduk in Pekalongan)

Disusun oleh:

**M. FATCHUL AMAR
2000 053 0055**

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

STATE OF KENTUCKY

Department of Education
Columbus, Kentucky

OFFICE OF THE SUPERVISOR OF SCHOOLS

Department of Education
Columbus, Kentucky

Director

STATE OF KENTUCKY
DEPARTMENT OF EDUCATION

OFFICE OF THE SUPERVISOR OF SCHOOLS
DEPARTMENT OF EDUCATION
COLUMBUS, KENTUCKY

HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Pada hari : Kamis

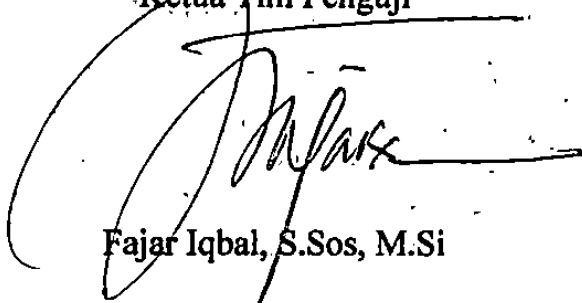
Tanggal : 11 Mei 2006

Jam : 02.00 WIB

Tempat : Ruang Dosen Jurusan Komunikasi

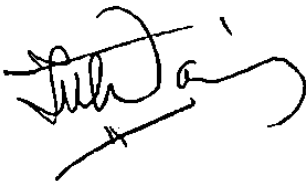
Disahkan Oleh :

Ketua Tim Penguji



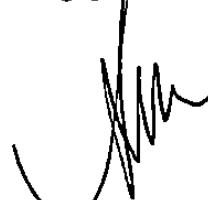
Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si

Penguji I



Zuhdan Aziz, S.Sos, M.Si

Penguji II



Aquid Iqbal, S.Sos, M.Si

- *Osajziku*
- *qgak-kakak dan Adikku*
- *Kedua Orang Duaku*

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN MOTTO

*"... hai orang-orang yang beriman jadikanlah sabar dan sholat
sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta
orang-orang yang sabar"*

(QS. Al-Baqoroh 153)

*"Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ghaib di langit dan di
bumi dan Allah maha melihat apa yang
kamu kerjakan"*

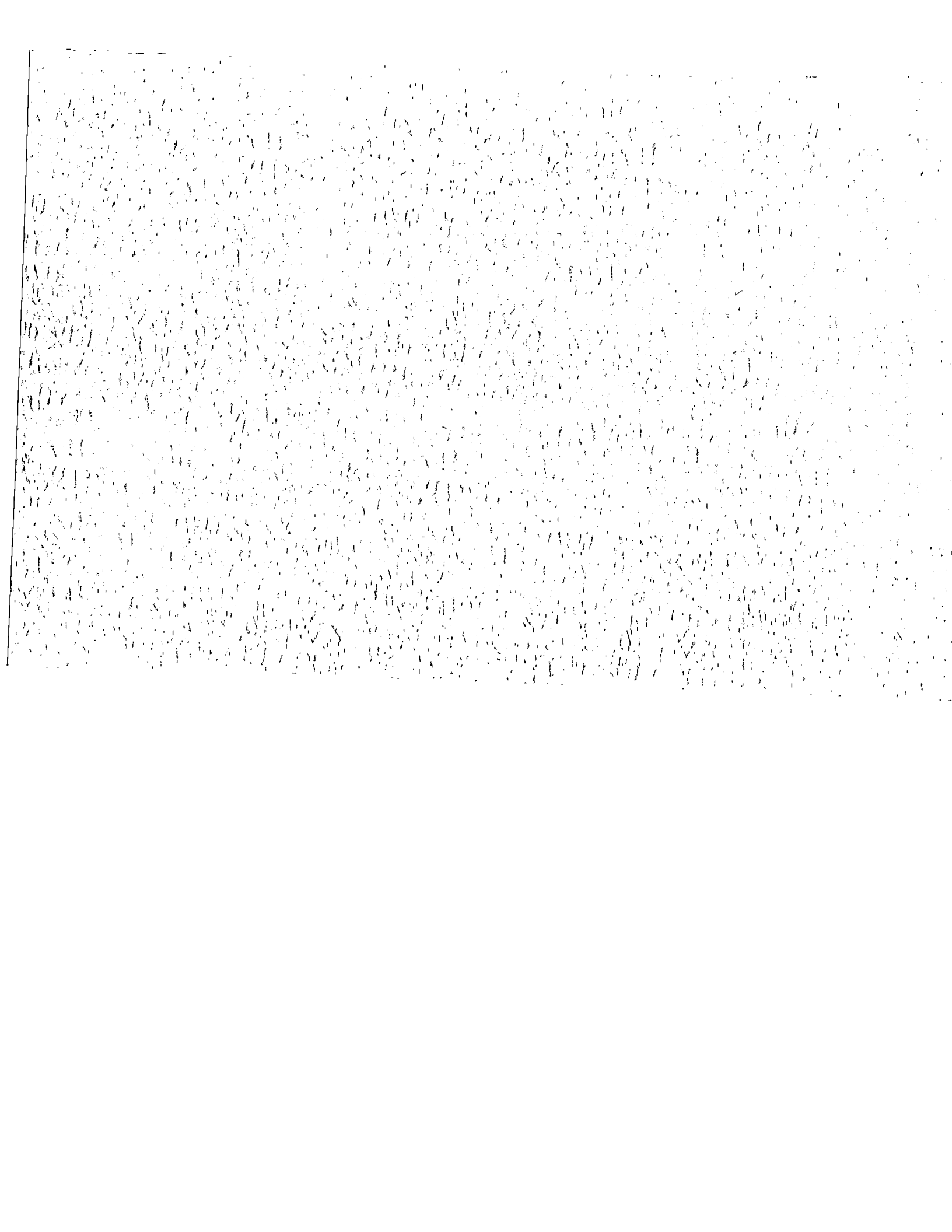
(QS. Al-Ahzab 18)

SAY NO TO DRUGS

Thanks to:

- ❖ Allah SWT, atas semua Rahmat dan Ridho-Nya, dan kepada nabi besar kita Muhammad SAW yang telah membimbing kita, dan yang telah menjadi suritauladan bagi seluruh umat Islam.
- ❖ Ibu dan Bapakku tercinta yang selalu mendoakan dan membimbingku selama ini, terimakasih atas kesabaran dan kasih sayangmu.
- ❖ Kakak-kakakku (mb Indah+m'Sub+sikecil Issal jangan bandel ya..) - (mb'izza-thank 4 all) - (m'Hatta-cepet sembuh ya..) - (mb'Nana-yang sabar ya) dan adikku satu-satunya (Ila-ak tar langsung nyusul kerja dech).
- ❖ Keluarga besar *mbah MOI* di Pekalongan (sory ga' disebutin semua, abis banyak bgt c). Uncle Jhon n family (matur nuwun....*ZAHRA* aman Bozz).
- ❖ *Mhi2ku*, honeyku, thanks 4 loving me, km slalu membuatku semangat. *MAHARANKU*, (jangan lupa hans skripsinya dikerjain ya, ga' boleh mis) salam buat semua keluarga.
- ❖ Teman-teman *The Jungs* : *Agung "Waloeh"* (cpt lulus truz kawin, Stepnani dah menunggu), *Tauhid "casmo-kazrox"* (Luar Blasa, tp ga' ada yang luar biasa tu), *Dk "kaji kebo"* (wes boz ndang do kerjo, Bu Dokter dh menunggu), *Fajar "kenter"* (Inget Bos jgn kebanyakan tembak2an terus, ususE mrampang meneh lho), *QQ "k-min"* (dolanan ~~lamb-lamb~~ bae bos), *Indra "jumbo"* (ta' do'ain senggol laris, jauh lobang neraka.hehehe...), *Bos Aji "satriani"* (kapan merit, dah banyak duit kaa).

- ❖ Temen IK 00. (Dolly, Ita, Mengky, Fiar, Bugtea, Nopi, Daag Dayat, Fika, Zeni, Wawan "brincil", Bram, Lina, Okt, Desty, Utre) dan anak-anak DEMIKAMU prod (kapan kita produksi lagi)
- ❖ The TAZ-Mania : Tauhid, Shomad (motormu baru lg ya Bos, aku ikut kerja km aja ya???), Ela (dh lulus kar), Rahnia (ayo Mah, jagan sibuk ma kerjaan, skripsinya dipikirin donk), Hany (duit kita dah bisa buat modal lom?), Didik.
- ❖ BHINEKA crew om Agus, om Kabul, Pak subur, Topik+Adi, Tuiut, n Agung (sukses semua ya, tetap semangat) sorry yang laen lupa.
- ❖ Anak-anak *ZAHRA* "AWAS MERAPI", tp jangan cemas ga' nyampe rumah kita koq.
- ❖ comp. **DATASENENG** thanks telah menemani! aku slama ini, kau slalu menghibur walau terkadang membuatku kesal.
- ❖ Ressenari, (dida, cefu, koladze, nest, maldini, jattuso, seadorf, pira, kaka, flavcenko, gilarinho) kpn juara lagi. Milanisti ayo dukung ta:asssss..
- ❖ Dan masih banyak lagi, sorry kalo ga' ikut disebutin...thanks



KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Syukur alhamdulillah kami panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat dan ridhoNya.,dan kepada nabi besar kita Muhammad SAW yang telah membimbing kita, dan yang telah menjadi suritauladan bagi seluruh umat islam. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini setelah waktu yang cukup lama dan juga melelahkan.

Karya ini tercipta atas bantuan dari berbagai pihak, dan dorongan baik moril maupun materiil, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Untuk itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penyusun memohon dengan hormat untuk sekedar mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan dan do'a, kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Khoirudin Bashori
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Bambang Eka C.W, S.IP, M.Si, dan ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Ibu Tri Hastuti NR, S.Sos, M.Si
3. Dosen Pembimbing Skripsi I, Bapak Fajar Iqbal, M.Si dan Pembimbing II, Bapak Zuhdan Aziz, S.Sip, S.Sn., terimakasih atas segala waktu, kesabaran dan nasehatnya kepada penulis saat bimbingan, dan dosen pengguji Bapak Aswad Ishak, S.Sip
4. Seluruh dosen pengajar Ilmu Komunikasi, terimakasih atas semua ilmu yang telah dibagi kepada penulis.
5. Seluruh staff TU FISIPOL terimakasih atas pelayanannya, Pak Husien (*matur nuwun*).
6. Direktur PT. Karka Abisatya Mataram bapak Bismo Prayoga SE, MM,

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah kami panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas segala rahmat dan ridhonya dan kepada nabi besar kita Muhammad SAW yang telah membimbing kita dan yang telah menjadi surutabada bagi seluruh umat Islam. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini setelah waktu yang cukup lama dan juga melalakan.

Karya ini tercipta atas bantuan dari berbagai pihak dan dorongan baik moral maupun materiil. Sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Untuk itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penyusun mohon dengan hormat untuk sekedar mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan dan dorongan kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Kholidin Bahori
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Bambang Eko C.W., S.P., M.Si, dan ketua jurusan Ilmu Komunikasi, Ibu Tri Hastuti N.K., S.Sos., M.Si
3. Dosen Pembimbing Skripsi I, Bapak Fajar Idris, M.Si dan Pembimbing II, Bapak Nuhdan Aziz, S.Sip, S.Sn, terimakasih atas segala waktu, kesabaran dan nasihatnya kepada penulis saat bimbingan, dan dosen pembegaji Bapak Aswad Ishak, S.Sip
4. Seluruh dosen pengajar Ilmu Komunikasi, terimakasih atas semua ilmu yang telah dibagi kepada penulis.
5. Seluruh staf TU FISIPOL, terimakasih atas belanyaannya. Pak Husien (managemen).
6. Dكتور P.T. Karika Abisatya Mariani bapak Bismu Prayoga SE, M.M, terimakasih telah mengijinkan saya penelitian di karika. Bapak Agus

Pratomo selaku Manajer dan Mba' Firma atas semua waktu dan informasinya, dan juga seluruh karyawan PT. Karka atas kerjasamanya.

7. Dan yang tak terlupakan penulis ucapkan banyak terimakasih kepada kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan dan memberikan kasih sayang tiada hentinya.

Akhirnya hanya kata maaf yang terucap atas semua kesalahan dan kekurangan penulis dalam menciptakan skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan orang lain. Semoga apa yang telah mereka

Pratomo selaku Manajer dan Mba. Firma atas semua waktu dan informasinya. dan juga seluruh karyawan PT. Karka atas kerjasamanya.
7. Dan yang tak terpisahkan penulis ucapkan banyak terimakasih kepada kedua orang tuaku yang selalu membodakan dan memberikan kasih sayang tiada henti-hentinya.

Akhirnya hanya kata maaf yang terucap atas semua kesalahan dan kekurangan penulis dalam menciptakan skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan orang lain. Semoga apa yang telah mereka lakukan mendapat pahala yang berlipat. Amin..

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yogyakarta, Mei 2006

(Fachri Amir)

ABSTRAKSI

Periklanan merupakan salah satu kepentingan yang digunakan untuk melancarkan komunikasi persuasif terhadap khalayak sasaran. Hal itu dijadikan alat untuk mempromosikan sebuah produk. Salah satu media untuk beriklan adalah iklan luar ruang. *Billboard* merupakan jenis iklan luar ruang yang paling banyak digunakan, karena mempunyai tampilan yang menarik, warna yang mencolok dan dapat dipasang untuk waktu yang cukup lama.

PT. Pismatex memilih *billboard* untuk mengiklankan produknya (sarung Gajah Duduk). Pengerjaan iklan *billboard* diserahkan pada biro iklan Karka mulai dari perencanaan sampai penggarapannya. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimanakah strategi kreatif Karka dalam membuat iklan *billboard* Gajah Duduk agar iklan tersebut dapat menarik perhatian masyarakat dan mampu membuat mereka tertarik untuk menggunakan produk yang diiklankan. Karena *billboard* termasuk media pendukung kampanye periklanan maka membutuhkan strategi kreatif yang tepat.

Latar belakang tersebut yang mendasari penelitian dengan rumusan masalah “ Bagaimana strategi kreatif Karka dalam membuat iklan *billboard* Gajah Duduk?”. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif Karka dalam membuat *billboard* tersebut, mulai dari tahap perumusan strategi kreatif sampai penentuan strategi kreatif.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan tidak membuat hipotesa atau membuat prediksi. Teori yang dipakai adalah proses perumusan strategi kreatif yang diungkapkan oleh Gilson dan Berkman yang ada pada bukunya Rheinald Kasali dan juga teori tentang strategi kreatif oleh Therense A Shimp.

Kesimpulan dari hasil penelitian itu adalah dalam penentuan strategi kreatif iklan *billboard* Gajah Duduk didahului perumusan strategi, yang meliputi analisa produk, pasar dan klien. Kemudian dilanjutkan dengan penentuan tujuan dan posisi penjualan dari produk tersebut, sehingga didapat strategi kreatif yang tepat. Strategi kreatif yang digunakan biro iklan Karka dalam membuat iklan *billboard* sarung Gajah Duduk adalah strategi citra merek, karena iklan tersebut berupaya mengembangkan citra atau identitas merek.

Iklan *billboard* Gajah Duduk ini berupaya untuk mengembangkan citra atau identitas merek dengan mengasosiasikan produk tersebut dengan simbol-simbol tertentu. Strategi ini digunakan oleh produk yang bersaing dengan kategori produk dimana relatif lebih sedikit diferensiasi fisik dan seluruh merek relatif

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	21
Bagan 2.1	45
Bagan 3.1	70
Bagan 3.2	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	72
Gambar 3.2	72
Gambar 3.3	73

DAFTAR TABEL

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMA PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO.....	iv
HALAMAN TERIMAKASIH.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR BAGAN, GAMBAR, TABEL	x
DAFTAR ISI	xi
I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT PENELITIAN	6
E. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
1. Periklanan	6
2. Strategi Kreatif Iklan	10
3. Iklan Luar Ruang	25
4. Perencanaan Media Billboard.....	28
F. METODOLOGI PENELITIAN	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Lokasi Penelitian	32

4. Teknik Pengumpulan Data	33
5. Analisa Data.....	34
II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	35
A. SEJARAH BERDIRINYA PT. KARKA	35
B. LOKASI PERUSAHAAN.....	37
C. VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....	38
D. BIDANG USAHA	39
E. KLIEN PT. KARKA	42
F. Struktur Organisasi Perusahaan dan JOB DESCRIPTION.....	44
III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	50
A. PENYAJIAN DATA	51
1. Proses Kerjasama antara PT. Karka dengan PT. Pismatex.....	51
2. Brief Awal Pra Pembuatan Proposal	52
3. Proses Perumusan Strategi Kreatif	55
4. Tahap Produksi Iklan Billboard.....	64
5. Deskripsi Iklan.....	71
B. ANALISIS DATA.....	74
1. Persiapan Pra Pembuatan Strategi Kreatif Iklan.....	74
2. Tahap Perumusan Strategi Kreatif Iklan Billboard	77
3. Penentuan Strategi Kreatif Iklan Billboard.....	84

IV	KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
	A. KESIMPULAN.....	93
	B. SARAN.....	05