

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