

**STRATEGI KREATIF *EVENT* “VITACIMIN GROOVE YOUR BODY”  
OLEH BIRO IKLAN GAMA LINGGATAMA JAKARTA DALAM  
MEMBANGUN *BRAND* PRODUK VITACIMIN**

**CREATIVE EVENT STRATEGY “VITACIMIN GROOVE YOUR BODY”  
IN BUILDING UP THE PRODUCT BRAND OF VITACIMIN BY GAMA  
LINGGATAMA ADVERTISING AGENCY**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk menempuh persyaratan guna memperoleh derajat sarjana S-1



Disusun Oleh :

MUTIA WULANDARI

20050530024

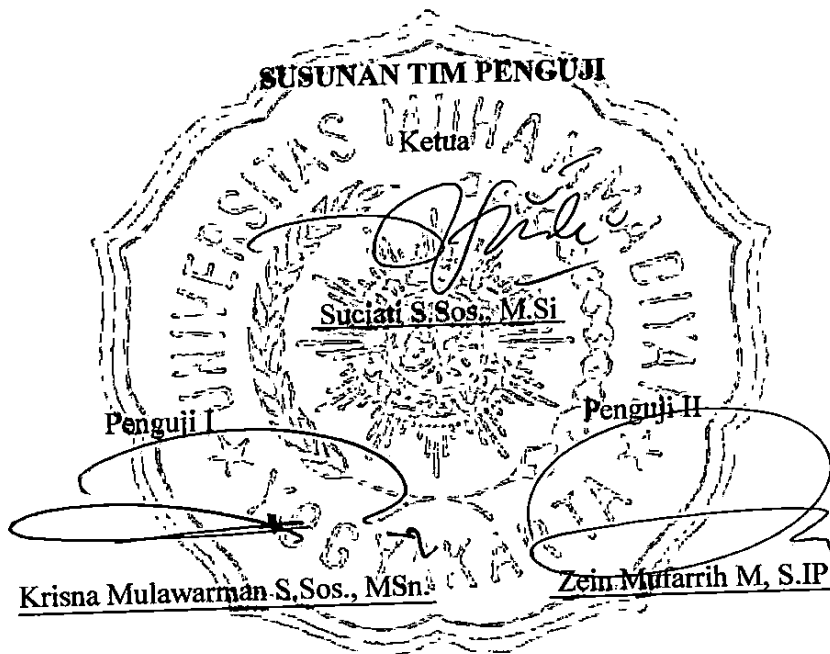
**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji  
Jurusan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 4 April 2011  
Tempat : Ruang Rapat IK  
Dengan Nilai :



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)  
Tanggal, 4 April 2011

  
Aswad Ishak S.IP., M.Si  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

## KATA PENGANTAR

الشكر لله وحده  
وإلى الله المرجع

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini mengambil judul “Strategi Kreatif *Event ‘Vitacimin Groove Your Body’* Oleh Biro Iklan Gama Linggatama Jakarta Dalam Membangun *Brand* Produk Vitacimin. Dalam proses perencanaan, pelaksanaan analisis objek penelitian, hingga penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dari tugas akhir ini, penulis tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan tak terhingga, serta kedua kakak saya yang ikut menyupport hingga skripsi ini selesai.
2. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi UMY.
3. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, M.Si selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi UMY.
4. Ibu Suciati, S. Sos., M.Si selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan dan arahan yang selama ini Ibu berikan kepada Saya dengan penuh kesabaran dan

5. Pak Krisna Mulawarman S.Sos selaku dosen pembimbing dan penguji. Terima kasih atas masukan ilmu dan arahan-arahan yang membangun sehingga skripsi yang saya kerjakan dapat tersusun dengan baik.
6. Mas Zein Mufarrih M, S.IP selaku dosen penguji saya. Terima kasih atas segala arahan dan bimbingan mas Zein dari awal judul skripsi ini dibuat hingga akhirnya selesai.
7. Mba Lili Setyorini selaku CEO Gama Linggatama *Advertising*. Terima kasih atas info-info tentang *brand activation* Vitacimin yang telah diberikan.
8. Semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung turut membantu

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Strategi Kreatif Event.....	10
2. <i>Brand Activation</i> .....	24
F. Metode Penelitian.....	37
1. Jenis Penelitian .....	37
2. Obyek Penelitian .....	37
3. Waktu dan Tempat .....	38
4. Teknik Pengumpulan Data .....	38
5. Teknik Analisa Data.....	39

<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>43</b>
	A. Sejarah Biro Iklan Gama Linggatama .....	43
	B. Profil Perusahaan .....	44
	C. Filosofi Bisnis Gama Ad.....	45
	D. Visi dan Misi Perusahaan.....	45
	E. Komitmen Gama Ad.....	45
	F. <i>Event Organizer</i> Spesialis.....	46
	G. <i>Teamwork</i> Gama Ad.....	50
	H. <i>Clients</i> .....	50
	I. Portfolio.....	53
<b>BAB III</b>	<b>SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
	A. Sajian Data .....	60
	1. Proses <i>Client Brief</i> .....	61
	2. Proses Analisa <i>Client Brief</i> .....	63
	3. Proses <i>Brainstorming</i> .....	66
	4. Penentuan Strategi Kreatif.....	71
	5. Presentasi Dihadapan Klien.....	76
	6. Perancangan Iklan dan Penempatan media.....	77
	B. Pembahasan.....	88
	1. Strategi Kreatif Event.....	89
	2. <i>Brand Activation</i> .....	108
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>123</b>
	A. Kesimpulan.....	123

## ABSTRAKSI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING  
MUTIA WULANDARI  
20050530024

STRATEGI KREATIF EVENT “*VITACIMIN GROOVE YOUR BODY*”  
OLEH BIRO IKLAN GAMA LINGGATAMA JAKARTA DALAM  
MEMBANGUN *BRAND* PRODUK VITACIMIN  
TAHUN SKRIPSI: 2011 + 125 hal  
Daftar Kepustakaan : 22 Buku (1983 – 2010) + 9 Sumber Online

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana strategi kreatif event “*Vitacimin Groove Your Body*” oleh biro iklan Gama Linggatama Jakarta dalam membangun *brand* produk Vitacimin. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mengungkapkan suatu masalah atau peristiwa sebagaimana adanya dan sekedar untuk mengungkapkan fakta (*fact finding*) sehingga hasilnya adalah ditekankan pada penggambaran secara obyektif atau apa adanya tentang obyek yang diteliti. Vitacimin merupakan produk tablet hisap vitamin C 500 mg dari PT Takeda yang mengadakan kampanye *brand activation* “*Vitacimin Groove Your Body*” dalam rangka menampilkan dan memperkenalkan *image* barunya (*brand image*). Tim kreatif Gama Linggatama Ad menemukan strategi kreatif kampanye *brand* Vitacimin melalui *event brand activation* ini melalui tiga tahapan seperti mempersiapkan informasi-informasi pemasaran, membenamkan diri mereka untuk menetapkan suatu posisi atau *platform* dalam penjualan serta tujuan kampanye dan melakukan presentasi dihadapan klien. Strategi kreatif yang dirancang pada kampanye *brand activation* ini berdasarkan *consumer insight*. Dengan diadakannya *brand activation* ini diharapkan dapat menciptakan *brand awareness* serta terjadinya *brand experience* pada target audiens sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen pada *brand* Vitacimin.