

## ABSTRAKSI

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING**

**MARIO C. WIBOWO**

**20030530238**

**STRATEGI KREATIF DALAM PEMBUATAN TVC MERIT PLUS VERSI  
KEEP SLIM OLEH EXISTCOMM YOGYAKARTA**

**(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TENTANG STRATEGI KREATIF  
DALAM PEMBUATAN TVC MERIT PLUS VERSI KEEP SLIM OLEH  
EXISTCOMM YOGYAKARTA)**

**Tahun skripsi 2010. x.iii + 142 Hal + 2 Table + 2 Gambar + 2 Lampiran  
Daftar Kepustakaan 25 Buku + 2 Media Online + 1 Majalah (2008 – 2009)**

Latar Belakang penelitian ini adalah bagaimana strategi kreatif pembuatan Merit Plus versi *keep slim* oleh Existcomm yogyakarta. Strategi kreatif berdasarkan perspektif pengiklan merupakan orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif untuk membuat suatu iklan. Tim kreatif Existcomm menemukan strategi kreatif melalui tiga tahapan seperti mempersiapkan informasi-informasi pemasaran, membenamkan diri mereka untuk menetapkan suatu posisi atau *platform* dalam penjualan serta tujuan iklan dan melakukan presentasi di hadapan klien. Strategi kreatif yang dibuat dalam iklan ini berdasarkan *consumer insight*. Visual menggunakan teknik *combination* antara teknik *slice of life*, dan *animation*. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif dalam pembuatan TVC Merit plus oleh Existcomm.

Kata Kunci : Strategi Kreatif, *Consumer insight*, dan Visual.

## **ABSTRACT**

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
MAJORS COMMUNICATION OF SCIENCES  
ADVERTISING**

**MARIO C. WIBOWO**

**20030530238**

**CREATIVE STRATEGY IN THE MAKING OF MERIT PLUS TVC KEEP  
SLIM VERSION BY EXISTCOMM YOGYAKARTA.**

**(DESCRIPTIVE STUDY QUALITATIVE CREATIVE STRATEGY  
IN THE MAKING OF MERIT PLUS TVC KEEP SLIM VERSION  
BY EXISTCOMM YOGYAKARTA ).**

**Thesis years, 142 page + 2 Table + 2 Image + 2 Attachment.**

**Bibliography lists 25 books + 2 Online media + 1 Magazine.**

The background of this research is how creative strategies in the making of Merit TVC Plus keep slim version by Existcomm Jogja. Creative strategies based on the advertiser's perspective is a marketing orientation given to creative people to create an ad. Existcomm creative team to find creative strategies through three stages such as preparing of marketing information, to immerse themselves to establish a position or platform for the sale and advertising purposes and do presentations in front of clients. Creative strategies are made in these ads based on consumer insight. Visually using a combination technique between slice of life and animation. The author uses descriptive qualitative methods to find out how creative strategy in the making of Merit Plus TVC keep slim version by Existcomm.

**Key words: creative strategy, consumer insight, and visual.**