

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

AHMAD SAID

20060530154

STRATEGI KREATIF IKLAN CETAK DAN LUAR RUANG SURAT KABAR SUARA MERDEKA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PEMBACA BARU OLEH PT. PETAKUMPET CREATIVE NETWORK

Tahun Skripsi 2013. xi + 101 Hal + 3 Lampiran

Daftar Kepustakaan 19 Buku + 14 Media Online (2009-2011)

#### ABSTRAK

Latar belakang penelitian adalah bagaimana strategi kreatif iklan cetak dan luar ruang surat kabar Suara Merdeka versi “Pria dan Wanita Bertopeng” oleh PT. Petakumpat Creative Network untuk meningkatkan *brand awareness* pembaca baru. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengembangkan konsep-konsep, menghimpun fakta, berdasarkan teori-teori tertentu. Pada penelitian ini data diperoleh melalui wawancara dan observasi dan studi pustaka. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif, dan disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif yang dihasilkan oleh PT. Petakumpet *Creatif Network* pada iklan cetak dan luar ruang Suara Merdeka versi “Pria dan Wanita Bertopeng”. Tim kreatif Petakumpet menjalankan proses strategi kreatif melalui beberapa tahapan diantaranya, mempersiapkan data dan informasi pemasaran, melakukan *brainstorming* untuk menentukan konsep iklan sampai tahap terahir. untuk menarik perhatian target audience, disain iklan dibuat menarik baik dari segi visual maupun naskah. Konsep iklan menggunakan simbol topeng untuk mengumpamakan kompetitor dan menggunakan unsur adat masyarakat yang menjadi *target audien* sebagai langkah untuk menyentuh sisi psikologis. Visual iklan dengan unsur *tone* Jawa Tengah dan naskah iklan pesannya mudah dimengerti dan dipahami.

Kata kunci: Strategi Kreatif, Brand Awareness

**UNIVERSITY MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**DEPARTMEN OF COMMUNICATION**

**KONSENTRASI ADVERTISING**

**AHMAD SAID**

**20060530154**

**CREATIVE ADVERTISING STRATEGIES SUARA MERDEKA NEWSPAPER  
VERSION "MASKED AND WOMEN" BY PT. PETAKUMPET CREATIVE  
NETWORK TO UPGRADE BRAND AWARENESS NEW READER**

Year Thesis: 2013. xi + 101 Pages + 3 Attachment

Bibliography: 19 Book + 14 Online Source (2009-2011)

### **ABSTRACT**

Background research is how creative strategies Suara Merdeka newspaper ad and outdoor media version "Masked Men and Women" by PT. Petakumpet Creative Network to upgrade brand awareness. Type of research is qualitative research, descriptive research is research that seeks to develop concepts, gather the facts, based on certain theories. In this study, the information obtained through interviews and observations, and literature. information were analyzed qualitatively, and is presented in the form of a description in detail and systematically arranged.

The results showed that the creative strategy produced by PT. Petakumpet Creative Network the ad version Suara Merdeka "Masked Men and Women". Creative team Petakumpet run creative strategy process through several stages including, prepare data and marketing information, brainstorm to define the concept of advertising to stage. to draw the attention of the target audience, advertisement design made attractive in terms of both visual and text. The concept of using symbols ad likens mask for competitors and uses elements of traditional society into target audience as a step to touch the psychological side. Visual ads with elements of Java middle tone and message text ads easily understandable and understood.

Keywords: Creative Strategy, *Brand Awareness*