

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Account Executive

1. Pada umumnya, hal apa yang perlu dilakukan oleh orang atau instansi jika ingin menggunakan jasa agency periklanan untuk beriklan?
2. Bagaimana awalnya terjadinya proses penunjukan tentang pengerjaan iklan Suara Merdeka kepada PT. Petakumpet Creative Network? Bagaimana tahapannya?
3. Seperti apa profil surat kabar Suara Merdeka?
4. Apa yang mendasari surat kabar Suara Merdeka untuk beriklan? Mengapa?
5. Bagaimana peta persaingan surat kabar Suara Merdeka, khususnya untuk wilayah Jawa Tengah? Siapa saja yang menjadi vendor-vendor pesaingnya?
6. Bagaimana proses briefing dalam perencanaan iklan dengan *clien* (surat kabar Suara Merdeka)? Kemudian seperti apa hasilnya?
7. Bagaimanakah seluruh isi dari *client brief* tersebut?
8. Bagaimana hasil penelitian kondisi di lapangan tentang konsumen sasaran, target *audience*, dan data-data produk?
9. Siapakah yang menjadi TA dari iklan Suara Merdeka ini?
10. Data atau informasi apa saja yang dibutuhkan dalam perencanaan strategi kreatif iklan surat kabar Suara Merdeka? Bagaimana cara mendapatkannya?
11. Strategi kreatif seperti apa yang digunakan dalam pembuatan iklan surat kabar Suara Merdeka?
12. Sebagai iklan *corporate* apa yang diharapkan dari strategi kreatif periklanannya?
13. Apakah yang ditawarkan dari iklan Suara Merdeka versi topeng?
14. Apakah iklan Suara Merdeka versi topeng memiliki tujuan jangka panjang?
15. Apakah keunikan dari iklan versi topeng sehingga dapat menarik perhatian konsumen?

16. Apa saja yang perlu dipersiapkan untuk presentasi di hadapan *clien*?
17. Bagaimanakah penjelasannya bahwa visual dan naskah iklan tersebut sesuai keinginan klien dan bisa dipahami oleh *TA*?
18. Kegiatan apa saja yang direncanakan dalam pembuatan atau eksekusi iklan tersebut?
19. Barapa lama waktu yang dibutuhkan untuk merealisasikan iklan tersebut?
20. Kapan dan dalam bentuk media apa, iklan itu dipasang? Mengapa?
21. Apakah urusan *brand awareness* untuk memperkenalkan merk, mengingatkan kembali, atau ingin mencapai puncak pikiran/ *top of mind*?
22. Adakah pengaruh atau hasil yang signifikan terhadap surat kabar Suara Merdeka dari hasil pembuatan iklan tersebut, jika dilakukan perbandingan antara situasi sebelum dan sesudah munculnya iklan tersebut (proses evaluasi)?

Copywriter

1. Apa yang menjadi dasar atau landasan dari gagasan strategi kreatif yang akan diterapkan dalam membuat iklan tersebut?
2. Apa yang pertama kali dilakukan ketika mempelajari *clien brief* untuk iklan surat kabar Suara Merdeka?
3. Bagaimana dengan *creative brief*, hal apa yang pertama dilakukan untuk iklan surat kabar Suara Merdeka?
4. Bagaimana proses menetapkan posisi dan tujuan dari iklan surat kabar Suara Merdeka?
5. Bagaimana awal pemunculan ide atau gagasan untuk pembuatan iklan surat kabar Suara Merdeka?
6. Kenapa menggunakan topeng dalam iklan tersebut dan maksudnya?
7. Pada iklan tersebut, siapakah yang menentukan tema atau konsep? Atas dasar apa dan bagaimana tema atau konsep itu dipilih?
8. Bagaimana pengembangan konsep ide dasar dari kreatif iklan yang sudah ditentukan?

9. Bagaimana strategi kreatif keseluruhan yang ditetapkan untuk iklan cetak Suara Merdeka?
10. Berdasarkan pertimbangan apakah sehingga akhirnya strategi kreatif tersebut dipilih?
11. Bagaimana cara penyampaian pesan iklan surat kabar Suara Merdeka sehingga dapat diterima *audience*?
12. Bagaimana proses penggambaran, penulisan naskah, dan perancangan media iklan pada iklan surat kabar Suara Merdeka?
13. Seperti apa tahapan dalam pembuatan naskah iklan tersebut?
14. Bagaimana pemilihan visual pada iklan surat kabar Suara Merdeka? Berdasarkan pertimbangan apakah sehingga unsur-unsur tersebut harus dimasukkan pada visualisasinya?
15. Unsur apa saja yang digunakan dalam iklan tersebut? Mengapa?
16. Pendekatan apa yang digunakan dalam merancang iklan surat kabar Suara Merdeka? Mengapa?
17. Bagaimana kreativitas iklan ini sehingga dapat membujuk calon pembeli agar tertarik?
18. Bagaimanakah proses eksekusi pembuatan iklan Suara Merdeka?