

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr, Wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan. Melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses Pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak kesalahannya dan kekurangan yang perlu dibenahi. Penulis berharap kritik dan saran dari semua mahasiswa khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.I.Kom selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Kedua orang tua saya tercinta Bapak H. Ahmad Ridho dan untuk Ibu Hj. Umi Khabibah yang sudah tenang di surganya yang telah memberikan doa dan dukungan dalam memberikan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas cinta yang tiada henti.
9. Dua kakak saya tercinta Siti Mutoharoh dan Mohammad Ikhsan Hadi Sucipto yang selalu memberikan dukungan serta motivasi sampai saat ini. Terima Kasih atas kasih serta perhatian yang tiada henti.

10. Hanun dinta Salsabila, Bagus Ali Rahman dua keponakan kecil yang selalu memberikan motivasi dengan keceriaan mereka.
11. Septi Aulia, Huda Priambada sahabat yang selalu memberikan dukungan sejak awal penyusunan skripsi sampai sekarang.
12. Teman – teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi angkatan 2011 yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.
13. Partner Hidup selama hidup di Jogja selama proses awal mengerjakan skripsi Ketut Ayu Aprilia Mustika yang selalu memberikan motivasi dan membangunkan tia pagi lewat telephon.

*Wassalamu'alaikum Wr, Wb.*

Yogyakarta, 4 September 2018

**M. Imam Daelami**

## **MOTTO**

**Berusahalah Lebih Baik Dari diri Sendiri yang  
sebelumnya, Daripada berusaha lebih Baik dari  
Orang Lain.**

**M. Imam Daelami**

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Broadcasting  
M. Imam Daelami (20130530323)  
Strategi Kreatif Iklan Jogja Sneaker Market II Lippo Plaza Yogyakarta  
Dalam Meningkatkan Daya Tarik Visitor Pada Tahun 2017  
Tahun Skripsi: 2018 + 77 Hal  
Daftar Kepustakaan: 6 buku + 4 Jurnal**

Jogja Sneaker Market II merupakan event jual beli sepatu sneaker yang diselenggarakan di Kota Yogyakarta. Event Jogja Sneaker Market merupakan event skala nasional yang diselenggarakan tiap tahun. Penelitian ini mengkaji strategi kreatif iklan dalam penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan kualitatif deskriptif untuk menjawab fenomena strategi kreatif iklan yang dilaksanakan pada event Jogja Sneaker Market II. Sumber data berasal dari wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan tiga orang informan dari panitia penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembuatan pesan merupakan hal yang penting bagi seorang pemasar dalam membuat suatu iklan, pemasar dapat menggali informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa yang ingin diiklankan. Proses penggalan informasi bisa dilakukan dengan berbagai cara misalnya dengan memanfaatkan internet untuk mencari informasi terkait produk, kebiasaan sekelompok orang dan lain sebagainya. selain itu dalam mengemas pesan kita dapat mengamati bentuk-bentuk iklan yang beredar diantara kompetitor usaha sejenis yang kemudian kita adopsi dengan memperbaiki suatu kelemahan dari pengemasan iklan tertentu. Pengemasan pesan dapat bersifat informatif ataupun ekspresif. Sehingga pesan yang disebarkan dapat diterima dengan baik oleh target audiens.

**Kata Kunci: Strategi Kreatif, Pesan Iklan, Jogja Sneaker Market II.**

## **ABSTRACT**

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
COMMUNICATION STUDIES PROGRAM  
M. IMAM DAELAMI (20130530323)  
BROADCASTING CONCENTRATION  
YEAR OF STUDY : 2018 + 77 PAGES  
REFERENCES : 6 BOOKS + 4 JOURNALS**

Jogja Sneaker Market II is a sneaker shoes sale and purchase event held in Yogyakarta City. The Jogja Sneaker Market event is a national scale event held every year. This study examines advertising creative strategies in the implementation of the Jogja Sneaker Market event.

The type of research used is descriptive qualitative to answer the phenomenal creative advertising strategy carried out at the Jogja Sneaker Market II event. Data sources came from interviews and documentation. Interviews were conducted with three informants from the organizing committee of the Jogja Sneaker Market event.

The results of the study show that the process of making messages is important for a marketer in making an advertisement, marketers can dig up information related to the product or service they want to advertise. The process of extracting information can be done in various ways such as by using the internet to find information related to products, habits of a group of people and so on. other than that in packing messages we can observe the forms of advertising circulating among competitors of similar businesses which we then adopt by fixing a weakness of certain ad packaging. Packaging messages can be informative or expressive. So that the message disseminated can be well received by the target audience.

**Keywords:** *Creative Strategy, Advertising Message, Jogja Sneaker Market II.*