

**IMPLEMENTASI KONSEP LOKALITAS SEBAGAI STRATEGI KREATIF BIRO
IKLAN PETAKUMPET**

**(Studi Kasus Strategi Kreatif Biro Iklan Lokal Petakumpet dalam Iklan Gudang
Garam Edisi Kemerdekaan Sejati dan Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat Edisi
Pincang Berhati Emas di Tengah Banyaknya Iklan dengan Ide dan Konsep Global)**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi gelar sarjana S-1



Disusun Oleh:

Agung Supriyanto

2003 0530 171

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 27 April 2010
Tempat : Ruang Hibah
Dengan nilai :

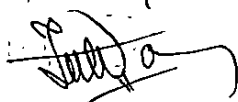
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



Muria Endah S., S.IP., M.Si.

Penguji I



Zudhan Aziz, S.IP., S.Sn.

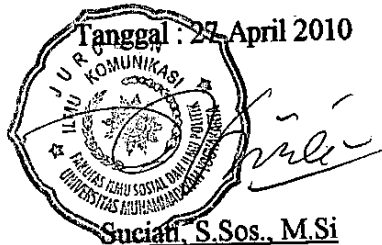
Penguji II



Zein Mufarrih M., S.IP

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal : 27 April 2010



Suciati, S.Sos., M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

MOTTO

Dibalik topeng ini tidak hanya seenggok daging dan darah, tapi dibalik topeng ini tersimpan sebuah ideologi "*Mr. Creedy*"
Dan sebuah ideologi tidak dapat dibunuh "*V for Vendeta*"

Persembahan

Dipersembahkan kepada keluargaku tercinta dan semua temanku

Terima Kasih Kepada:

- Allah SWT, atas segala nikmat dan pemberian-NYA yang melekat dalam diriku serta berada disekelilingku.
- Nabi Muhammad SAW, atas segala perjuangannya, Shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau.
- Ibuku, Ibuku, Ibuku dan Bapakku yang selalu memberikan kasih sayang dan sponsorship-nya sampai aku kuliah. Serta adik-adikku "Angga dan Anggi" yang telah memberikan dukungannya.
- Teman satu kontrakan "Lembah Tengkorak", Hanif jendhil, Danang kriwul, Danang gendut, Febri breki, Iqbal jampes, Rahmad dp, Sigit sana, Galih, Tombak, Fajar, Bengbeng bara (*suwun beng sokbreker'e*), Rizal Gonjos, Gober Simbah (*kapan rabi*)-ayo kabeh podu mbayar listrik lan bayar sampah.
- Teman-teman yang dukung skripsi ini, Djati Yayak dan keluarga, yang udah mbantuin dari a sampai z (*teh mu enak'e yak*), Puput yang udah mau ngeprint-nin skripsi ini (*utang pulsa sek yo put*), Sidik hehh yang udah bantuin ngeprint juga (*suwun jhon*), Pak Dhanu atas bimbingannya (*teori ne sangar pak*), Denis yang uda minjem skripsinya, Umar yang uda men-transletkan abstraksinya (*suwun mar, ayo nang Kalimantan maneh*), Agung Pras (*ayo halapan ch*), Dino, Anas,
- Keluarga besar RPC ada Sidik, Shiro, Loeli, Alan, Jojo, Mojo, Kirun, Ridwan, Zulfan, Deka, Puput, Tita, Liza, Kirman, Iwan, Zaki, Hanif, Umar, Rizki Roma, Desi, Rini, Lian, Aan, Mael, Edi, Ableh, Salim, Antok, Jendra, Iqbal, Asmadji, Hugo, Lukman, Roni, Angga, Priambodo, Ucup, Adit, Rizki, Dody, Anggi, Vina, Bowo, dan lain-lainnya yang gak bias di sebutkan (*wakeh je*)
- Temen kuliah ada Andre, Aank, Kris mona, Abah Didi, Danie, Puri, Vivi, Nonok, Firlu, Amir Bana, Arip Lombok, Cica, Elva, Anisa, Endah, Jarmin, Ajeng,
- Temen SMA dulu itu ada Pakdhe, Pak'e, Doni, Sinchan, Davit, Budi, Ajiz, Dwi lika, Usnul, Andhika, Ucil, Margono, Marsudi, E T, Bendhol, Linda, (*sopo meneh yo, wis pokok e sing kenal karo aku kabeh suwun cah*)
- Trus temen lama kaya Titi, Nia, Adit, Tedi, Awonk, Dewik, Evan, Kiki, Rio, Yuni, Mbak Wati, Fita, Teka, Ani, Ari, Alm Ria, dan semuanya yang dulu tinggal di komplek Krakatau apa kabarnya...
- Terimakasih juga buat komputerku yang buat ngetik ni skripsi (*nganti nge heng*), Motor CB Biru 100 cc (*sing wis tak tumpaki nyandi nyandi*), akuarium beserta ikan-ikannya, temen-temen forkom, temen-temen KLJ, temen-temen fotografi malang dan temen-temen fotografi se-Indonesia, untuk semuanya terimakasih.

'Hehehehehehehehehe' semuanya saya ucapkan Terimakasih banyak, maaf namanya tidak bisa saya sebutkan sat persatu.

pahit manis kita sama-sama, satu langkah satu tujuan, banyak kepala satu pikiran "chemistry"

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Tak lupa juga sholawat serta salam tercurah pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **"Implementasi Konsep Lokalitas Sebagai Strategi Kreatif Biro Iklan Petakumpet"** (Studi Kasus Strategi Kreatif Biro Iklan Lokal Petakumpet dalam Iklan Gudang Garam Edisi "Kemerdekaan Sejati" dan Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat Edisi "Pincang Berhati Emas" di Tengah Banyaknya Iklan dengan Ide dan Konsep Global) disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Berhasilnya usaha untuk penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil. Untuk itu sebagai rasa hormat, maka penulis menyampaikan ucapan terimakasih :

1. kedua orang tuaku yang selalu memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan dan dukungan yang tak ternilai harganya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Muria Endah S., S.IP ., M.Si. selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan menguji skripsi saya.

1. Bapak Zudhan Aziz, S.IP., S.Sn. selaku dosen penguji I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan menguji skripsi saya.
2. Bapak Zein Muffarih M, S.IP. selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk menguji skripsi saya.
3. Ibu Suciati, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama duduk dibangku kuliah beserta staf FISIPOL UMY atas semua kerjasamanya selama ini.
5. Mas Dedy selaku *Art Director* Petakumpet serta orang-orang kreatif di Petakumpet atas sajian data yang diberikan dan semua kerjasamanya selama ini

Semoga dengan kesederhanaannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi para pembaca skripsi ini pada umumnya dan dapat mendorong penelitian lain untuk melakukan pengembangan dari skripsi ini.

Wassalamualaikum wr.wb

Yogyakarta, 30 April 2010

Agung Supriyanto

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Agung Supriyanto

20030530171

Implementasi Konsep Lokalitas Sebagai Strategi Kreatif Biro Iklan Petakumpet

Tahun Skripsi: 2010 + 140 halaman + Daftar Kepustakaan.

Studi ini berusaha menganalisa strategi kreatif biro iklan Petakumpet dalam iklan Gudang Garam edisi Kemerdekaan Sejati dan Kedaulatan Rakyat edisi Pincang Berhati Emas. Kerangka teori dalam penelitian ini adalah teori strategi kreatif, dimana strategi kreatif yang dilakukan oleh biro iklan Petakumpet diantaranya adalah menggunakan ide budaya lokal dalam pembuatan iklan. Dalam iklan tersebut, konsep budaya lokal yang digunakan bukan secara sosiologi, melainkan unsur budaya yang dikemas dalam sebuah iklan secara komunikasi. Salah satu pilihan referensi untuk mendapatkan ide dalam menemukan konsep iklan yang akan dibuat adalah melalui pemahaman Moment Estetik. Strategi kreatif periklanan dibuat atau diciptakan dengan tujuan memperkenalkan, membedakan, atau memposisikan produk dalam benak konsumen untuk menghadapi persaingan. Tentu saja strategi itu harus menarik dan simpatik agar tujuannya tercapai, yaitu menjual. Konsep lokal digunakan dalam strategi kreatif karena memiliki kelebihan antara lain *familiar* dan akrab dengan masyarakat, sehingga dapat dengan mudah diterima oleh target audien. Proses produksi perusahaan periklanan yakni merencanakan atau mendesain bagaimana isi dan strategi penyampaian pesan yang akan disampaikan, bagaimana ilustrasi dan bentuk iklan yang akan dibuat, kepada siapa iklan tersebut ditujukan, dan media mana saja iklan tersebut akan dipasang. Fungsi lain biro iklan adalah menyeleksi media yang akan digunakan. Dalam dunia periklanan, media merupakan faktor yang cukup vital yang mampu menyumbang keberhasilan suatu iklan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, yang dikategorikan dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian memperlihatkan strategi kreatif biro iklan Petakumpet menggunakan ide lokal mampu membangun sebuah citra merek atau *brand image* yang positif dimata konsumen. Dari keseluruhan *visual* yang digunakan dalam iklan ini lebih ditekankan pada *real life* kesaharian dalam budaya masyarakat. Yakni menggambarkan kehidupan masyarakat, dimana nilai-nilai yang terkandung dalam budaya sudah mulai dilupakan oleh sebagian orang.

Kata Kunci : Strategi

Implementasi dalam bentuk Moment Estetik

Evaluasi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
1. Strategi Kreatif.....	7
2. Proses Produksi Perusahaan Periklanan.....	17
3. Budaya Lokal.....	22
F. Metode Penelitian.....	32
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Metode Penelitian.....	34
3. Objek Penelitian.....	34
4. Penentuan Nara Sumber.....	34
5. Teknik Pengumpulan Data.....	35

6. Teknik Analisis Data.....	36
------------------------------	----

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Biro Iklan Petakumpet.....	38
1. Sejarah Berdirinya Petakumpet.....	38
2. Visi dan Misi.....	39
3. Logo Petakumpet.....	40
4. Orientasi Perusahaan.....	41
5. Struktur Organisasi.....	42
B. Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat.....	46
1. Sejarah Berdirinya Kedaulatan Rakyat.....	45
2. Berkembang di Generasi Kedua.....	46
C. PT Gudang Garam TBK.....	48
1. Sejarah PT Gudang Garam TBK.....	49

BAB III PEMBAHASAN

A. Diskripsi Data Penelitian.....	52
1. PT Gudang Garam TBK.....	54
a. Awal Kerjasama Petakumpet dengan Klien.....	54
b. <i>Brainstorming</i>	56
1) <i>Client Brief</i>	57
2) <i>Creative Brief</i>	58
c. Perumusan Konsep Iklan Gudang Garam.....	60

d. Deskripsi Iklan.....	62
2. Kedaulatan Rakyat.....	67
a. Awal Kerjasama Petakumpet dengan Klien.....	67
b. <i>Brainstorming</i>	68
1) <i>Client Brief</i>	69
2) <i>Creative Brief</i>	70
c. Perumusan Konsep Iklan Kedaulatan Rakyat.....	72
3. Proses Produksi Perusahaan Periklanan.....	75
a. Produksi Iklan Gudang Garam.....	76
1) Memilih <i>Production House</i>	76
2) <i>Pre-Production</i>	76
3) <i>Production (Location or Studio Shooting)</i>	77
4) <i>Post Production (Color Grading, Editing)</i>	77
5) Tahap Akhir.....	78
b. Produksi Kedaulatan Rakyat.....	79
1) Membuat <i>Lay Out</i> dan <i>Art Work</i>	80
2) Merancang <i>Visual</i> Utama	81
3) Membuat <i>Baseline</i>	81
4) <i>Mandatory</i>	81
5) Membuat <i>Caption</i>	81
6) Penggunaan Model.....	82
B. Pembahasan.....	86
C. Implementasi Konsep Lokalitas.....	111

<i>D. Target Audience</i>	129
E. Iklan lokal konten : Efektifitasnya.....	131
HASIL PENELITIAN DAN TINGKAT PERSAINGAN.....	134

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	138
B. Kesimpulan.....	139