

STRATEGI KREATIF IKLAN BANK BII MELALUI MEDIA IKLAN BILLBOARD

Dini Ilham Aulia

Abstrak

Latar belakang pada penelitian ini adalah strategi periklanan sebagai ujung tombak dalam kegiatan periklanan karena menghasilkan komunikasi yang efektif sehingga pesan yang disampaikan akan mendapatkan perhatian dari *target audience*. Bank BII melakukan strategi kreatif dengan menggunakan media iklan *billboard*. Fokus penelitian ini berfokus pada strategi kreatif iklan yang dilakukan dengan menggunakan media iklan *billboard* dengan menjawab empat strategi periklanan yaitu tujuan, pesan, pemilihan media dan evaluasi periklanan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi periklanan bank BII versi menang liburan seru ke lima benua yang dilakukan Warna Warni Media dengan menggunakan media *billboard*. Metode Penelitian ini bersifat kualitatif interpretatif. Data yang digunakan adalah data kualitatif, Kajian pustaka penelitian ini adalah Komunikasi periklanan, Strategi Periklanan dan Iklan Media Luar Ruang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BII melakukan kegiatan periklanan dengan menggunakan media *billboard* adalah untuk meningkatkan angka nasabah lewat promo bingkisan beruntun yang diselenggarakan bank Bii. Kesimpulan pada strategi periklanan adalah produk iklan ini memiliki keunikan karena memiliki gaya direct pesan dari billboard ke dalam website, selain itu hadiah yang menarik juga menjadi daya tarik pesan iklan *billboard*. Saran diharapkan memiliki tujuan iklan yang khas dibandingkan dengan produk bank lainnya. Menurut penulis tujuan iklan yang biasa diusungkan oleh banyak agensi di Indonesia.

Kata Kunci : Strategi, Periklanan, Media, *Billboard*

ADVERTISING CREATIVE STRATEGY BII BANK THROUGH BILLBOARD ADVERTISING MEDIA

Dini Ilham Aulia

Abstract

Background of this research is the advertising strategies as a spearhead of an advertising activity because it may bring out an effective communication, so the message which is delivered will get an attention from the target audience. This research is focus on how advertising creative strategy of BII done by using billboard as a medium is able to answer four advertisement strategies, which are purpose, message, media selection, and evaluation of advertisement. Purpose of this research is to analyze the advertisement strategy of BII which is win exciting vacation to five continents version done by Warna Warni Media by using billboard. Literature review of this research is communication, advertising, advertising strategies, and outdoor media advertisement. Conclusion in advertising strategy Bii bank uses billboard as a medium is known has uniqueness because it has a direct message which is addressed to the website of BII. Moreover, interesting gifts also become a lure of messages of BII's billboard advertisement. The purpose which is promoted by agency according to the writer is an advertisement purpose usually promoted by many advertising agencies in Indonesia.

Keywords : Strategy, Advertising, Media, Billboard