



Sumber: www.youtube.com

Judul Skripsi:

**STRATEGI KREATIF IKLAN SAMBAL SASA BHOTOL *CHALLENGE*
VERSI “K-POP” DI *YOUTUBE***

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Faisal Abdilah

NIM : 1510411123



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA



Sumber: www.youtube.com

Judul Skripsi:

**STRATEGI KREATIF IKLAN SAMBAL SASA BHOTOL CHALLENGE
VERSI “K-POP” DI *YOUTUBE***

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Faisal Abdilah

NIM : 1510411123



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Faisal Abdilah

NIM : 1510411123

Tanggal : 19 Januari 2019

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Januari 2019



Faisal Abdilah

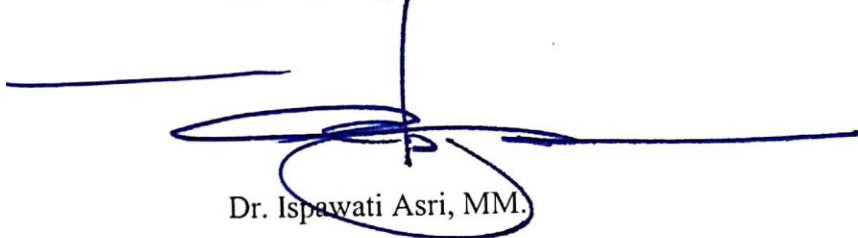
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Faisal Abdilah
NIM : 1510411123
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KREATIF IKLAN SAMBAL SASA BHOTOL
CHALLENGE VERSI “K-POP” DI *YOUTUBE*

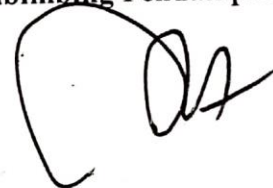
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama



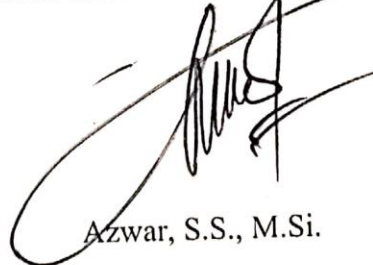
Dr. Ispawati Asri, MM.

Pembimbing Pendamping



Ratu Nadya W., S.Ikom., MM.

KETUA PROGRAM STUDI



Azwar, S.S., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 19 Januari 2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“STRATEGI KREATIF IKLAN SAMBAL SASA BHOTOL CHALLENGE VERSI “K-POP” DI YOUTUBE”**.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan kemajuan Ilmu Komunikasi pada khususnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari aspek kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih serta rasa hormat kepada pihak yang telah berkenan berbagi ilmu dan pengalaman sehingga membantu kelancaran penulis dalam proses penyusunan skripsi, yaitu kepada:

1. Dr. Ispawati Asri, MM. selaku pembimbing skripsi 1 yang telah memberikan masukan serta bimbingannya.
2. Ratu Nadya W., S.Ikom., MM. selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang telah memberikan masukan serta bimbingannya.
3. Dr. Kusumajanti, M.Si. selaku PLH Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Azwar, S.S., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu dan pengalaman khususnya dibidang periklanan.
6. Seluruh teman dan sahabat UPN Veteran Jakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap apa yang penulis tuangkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Januari 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Faisal', with a stylized flourish at the end.

Faisal Abdilah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faisal Abdilah
NIM : 1510411123
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KREATIF IKLAN SAMBAL SASA BHOTOL CHALLENGE
VERSI “K-POP” DI YOUTUBE**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dengan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Januari 2018

Yang menyatakan,



Faisal Abdilah

**STRATEGI KREATIF IKLAN SAMBAL SASA BHOTOL CHALLENGE
VERSI “K-POP” DI YOUTUBE**

FAISAL ABDILAH

Abstrak

Persaingan industri penyedap makanan berpengaruh terhadap produk Sambal Sasa untuk membuat sebuah iklan. McCANN Worldgroup Jakarta merupakan biro iklan yang membuat iklan Sambal Sasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Kreatif Iklan Sambal Sasa Bhotol *Challenge* versi “K-Pop” di *Youtube*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian menunjukkan dalam membuat strategi kreatif iklan diawali dengan *creative brief*, selanjutnya seluruh tim *brainstorming* untuk mendapatkan ide kreatif yang sesuai dengan tujuan periklanan. Strategi kreatif dalam Iklan Sambal Sasa Bhotol *Challenge* versi “K-pop” ini menggunakan daya tarik informatif mengenai promosi Sasa Bhotol *Challenge* yang dieksekusi dalam unsur humor, fantasi dan *slice of life* (cuplikan kehidupan). Hal tersebut bertujuan untuk mempengaruhi khalayak agar membeli produk Sambal Sasa dengan mengikuti kontes promo Sasa Bhotol *Challenge*.

Kata Kunci: Strategi Kreatif, Iklan, *YouTube*

**CREATIVE STRATEGY OF SAMBAL SASA BHOTOL CHALLENGE “K-POP”
VERSION ADVERTISEMENT ON YOUTUBE**

FAISAL ABDILAH

Abstract

The competition for the food flavoring industry increases Sambal Sasa's products to make advertisements. McCANN Worldgroup Jakarta is an advertising agency that makes ads for Sambal Sasa. This research aims to describe the creative strategy of Sambal Sasa Bhotol Challenge “K-Pop” version advertisement on YouTube. This research uses a qualitative method that is descriptive in nature with a case study approach. As for the data capture techniques used by researchers is the interview techniques, documentation, and literature studies. The results of the research show that in making creative strategies starting with the creative brief, then the whole team brainstorms to get creative ideas that are suitable for advertising goals. This creative strategy of Sambal Sasa Bhotol Challenge “K-Pop” version advertisement uses an informative appeal about the Sasa Bhotol Challenge promotion that was executed in terms of humor, fantasy and slice of life. It aims to influence the public to buy Sambal Sasa products by participating in the Sasa Bhotol Challenge promo contest.

Keywords: Creative Strategy, Advertising, YouTube

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Signifikansi Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	13
2.2.1 Periklanan	13
2.2.2 Iklan	17
2.2.3 Strategi Kreatif Iklan	19
2.4 Kerangka Berfikir	30
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Pengumpulan Data	31
3.1.1 Data Primer	32

3.1.2	Data Sekunder	32
3.2	Penentuan Informan	33
3.3	Teknik Analisis Data	33
3.4	Teknik Keabsahan Data.....	35
3.5	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	36
BAB IV		37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	37
4.1.1	Profil Perusahaan McCANN Worldgroup Jakarta	37
4.1.2	Profil Perusahaan PT. Sasa Inti.....	44
4.1.3	Produk Sambal Sasa.....	45
4.1.4	Sambal Sasa Bhotol <i>Challenge</i>	47
4.1.5	<i>Storyboard</i> Iklan Sambal Sasa	52
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Pedoman Kreatif, Targeting, Tujuan Pesan, Branding	59
4.2.2	Proses Kreatif	66
4.2.3	<i>Big Idea</i> , Daya Tarik Pesan Iklan, Gaya Eksekusi Iklan	74
4.3	Pembahasan	79
BAB V.....		84
PENUTUP.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
Daftar Pustaka		86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. Waktu Penelitian	36
Tabel 3. <i>Storyboard</i> Iklan Sambal Sasa	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Top Brand</i> Kategori Sambal.....	1
Gambar 2. Iklan Sambal Indofood.....	3
Gambar 3. Iklan Sambal ABC	4
Gambar 4. Cuplikan Iklan Sambal Sasa.....	5
Gambar 5. Slogan McCANN Worldgroup.....	39
Gambar 6. Logo Perusahaan McCANN Worldgroup	39
Gambar 7. Visi McCANN Worldgroup	40
Gambar 8. Misi McCANN Worldgroup Jakarta	40
Gambar 9. Struktur Organisasi McCANN.....	41
Gambar 10. Sambal Sasa Asli.....	45
Gambar 11. Sambal Sasa Ekstra Pedas	46
Gambar 12. Sambal Sasa Saus Tomat.....	46
Gambar 13. Sasa Sambal Terasi.....	47
Gambar 14. Sambal Sasa Bhotol Challenge	47
Gambar 15. <i>Screenshoot</i> Iklan Sambal Sasa Bhotol Challenge.....	58
Gambar 16. Ilustrasi Target Sasaran Iklan Sasa	63
Gambar 17. <i>Screenshoot</i> Informasi Hadiah Iklan Sambal Sasa.....	75
Gambar 18. Adegan Humor Iklan Sambal Sasa.....	77
Gambar 19. Adegan Fantasi Iklan Sambal Sasa	78
Gambar 20. Cuplikan kehidupan Iklan Sambal Sasa	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Surat Riset
- Lampiran B Form Wawancara
- Lampiran C Dokumentasi Penelitian
- Lampiran D Riwayat Hidup