

**ANALISIS STRATEGI KREATIF IKLAN @OURDAILYDOSEID
#BABYIGOTYOURBAG DI INSTAGRAM VERSI BIJAK
MENGUNAKAN KANTONG PLASTIK KARYA PT. KHARISMA
JINGGA KREASI**

Alika Umaira Suhendro

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi kreatif iklan yang digunakan oleh PT. Kharisma Jingga Kreasi dalam iklan @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag di Instagram versi bijak menggunakan kantong plastik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi kreatif iklan yang dilakukan oleh PT. Kharisma Jingga Kreasi dalam proses pembuatan iklan @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag di Instagram sehingga masyarakat bisa lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Kreatif, Periklanan, dan Model AIDCA. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara melalui aplikasi WhatsApp dengan para narasumber, yaitu tim strategi dari PT. Kharisma Jingga Kreasi sebagai *key informan 1*, tim kreatif PT. Kharisma Jingga Kreasi sebagai *key informan 2*, dan Konsumen Our Daily Dose sebagai informan 1. Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dalam menentukan sebuah strategi kreatif untuk membuat iklan @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag di Instagram, PT. Kharisma Jingga Kreasi telah melakukan tahapan yang sesuai dalam menentukan strategi kreatif. Penentuan strategi kreatif tersebut meliputi tahapan proses kreatif yang terdiri dari persiapan dan pemahaman masalah, pematangan masalah, penemuan ide, dan evaluasi ide. Kemudian gaya iklan tersebut menggunakan gaya eksekusi kreatif kombinasi antara cuplikan kehidupan dan pesan faktual pada iklan dengan menggunakan pendekatan iklan resonansi. Iklan tersebut menjalani fungsi informasi, persuasif, dan pengingat dengan menggunakan daya tarik iklan kombinasi emosional yang mengarah ke fungsional. Strategi kreatif yang telah ditentukan untuk iklan tersebut kemudian diimplementasikan ke dalam Model AIDCA. Kesimpulan penelitian ini adalah strategi kreatif dalam sebuah iklan harus bisa menjawab unsur 5W+1H, yaitu *what, when, where, why, who, dan how*. Dalam iklan @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag di Instagram karya PT. Kharisma Jingga Kreasi, semua unsur 5W+1H telah terjawab lewat strategi kreatif yang telah ditentukan dan berhasil diimplementasikan ke dalam iklan tersebut. Iklan ini tidak menonjolkan kelebihan dari tas belanja Our Daily Dose, namun bertujuan untuk memberikan kesadaran dalam diri khalayak sasaran agar bijak dalam menggunakan kantong plastik sehingga unsur conviction dalam Model AIDCA tidak terpenuhi.

Kata kunci: Our Daily Dose, Periklanan, Plastik, PT. Kharisma Jingga Kreasi, Strategi Kreatif

Alika Umaira Suhendro, 2020

ANALISIS STRATEGI KREATIF IKLAN @OURDAILYDOSEID #BABYIGOTYOURBAG DI INSTAGRAM VERSI BIJAK MENGGUNAKAN KANTONG PLASTIK KARYA PT. KHARISMA JINGGA KREASI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id- www.library.upnvj.ac.id- www.repository.upnvj.ac.id]

**ANALYSIS CREATIVE STRATEGY OF ADVERTISING
@OURDAILYDOSEID #BABYIGOTYOURAG ON INSTAGRAM WISELY
VERSION USING PLASTIC BAGS BY PT. KHARISMA JINGGA KREASI**

Alika Umaira Suhendro

ABSTRACT

This study discusses the advertising creative strategies used by PT. Kharisma Jingga Kreasi in @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag ad on the wise version of Instagram using a plastic bag. This study aims to determine the implementation of creative advertising strategies carried out by PT. Kharisma Jingga Kreasi in the process of making the ad @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag on Instagram so that people can be wiser in using plastic bags. The concepts used in this research are Creative Strategy, Advertising, and AIDCA Model. The research approach used in this study is a descriptive qualitative approach. Data collection methods used are case studies. Data collection techniques were carried out by means of interviews through the WhatsApp application with the speakers, namely the strategy team from PT. Kharisma Jingga Kreasi as key informant 1, the creative team of PT. Kharisma Jingga Kreasi as key informant 2, and Our Daily Dose Consumers as informant 1. The results obtained based on interviews conducted have shown that in determining a creative strategy to create an ad @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag on Instagram, PT. Kharisma Jingga Kreasi has carried out the appropriate stages in determining the creative strategy. The determination of the creative strategy includes the stages of the creative process consisting of preparation and understanding of the problem, maturation of the problem, the discovery of ideas, and evaluation of ideas. Then the ad style uses a creative execution style that combines life footage and factual messages on the ad using the resonance advertising approach. These advertisements undergo information, persuasive, and reminder functions by using the appeal of emotional combination ads that lead to functional. The determined creative strategy for advertising is then implemented into the AIDCA Model. The conclusion of this research is the creative strategy in an advertisement must be able to answer the 5W + 1H elements, namely what, when, where, why, who, and how. In the advertisement @ourdailydoseid #BabyIGotYourBag on Instagram by PT. Kharisma Jingga Kreasi, all elements of 5W + 1H have been answered through a creative strategy that has been determined and successfully implemented in the ad. This ad does not highlight the advantages of Our Daily Dose shopping bags, but aims to provide awareness in the target audience so that it is wise to use plastic bags so that the element of conviction in the AIDCA Model is not fulfilled.

Keywords: *Advertising, Creative Strategies, Our Daily Dose, Plastics, PT. Kharisma Jingga Kreasi*

Alika Umaira Suhendro, 2020

**ANALISIS STRATEGI KREATIF IKLAN @OURDAILYDOSEID #BABYIGOTYOURBAG DI INSTAGRAM VERSI
BIJAK MENGGUNAKAN KANTONG PLASTIK KARYA PT. KHARISMA JINGGA KREASI**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id- www.library.upnvj.ac.id- www.repository.upnvj.ac.id]