

**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