



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KREATIF PERANCANGAN IKLAN MEDIA LUAR
RUANG PADA PT. BULISU PROPERTI CENDEKIA TAHUN 2022**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)

Julia Fairuz Putri

NPM.193516516031

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**CREATIVE STRATEGY OF OUTDOOR MEDIA ADVERTISING DESIGN PT.
BULISU PROPERTI CENDEKIA OF 2022**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's Degree of Communication
Science (S.I.Kom)

Julia Fairuz Putri

NPM.193516516031

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama : Julia Fairuz Putri

NPM : 193516516031

Judul Skripsi : Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang PT. Bulisu Properti Cendekia Tahun 2022.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitoan, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau Perguruan Tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat

Jakarta, 01 Februari 2023.

Yang membuat pernyataan,



Julia Fairuz Putri

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Julia Fairuz Putri
NPM : 193516516031
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : STRATEGI KREATIF PERANCANGAN IKLAN MEDIA
LUAR RUANG PT. BULISU PROPERTI CENDEKIA
TAHUN 2022
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Jakarta, 24 Februari 2023

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 24 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Dekan,

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan penulis kemudahan dalam mengerjakan dan menyelesaikan makalah penelitian ini yang berjudul ***“Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang Pada PT. Bulisu Gunung Sindur Tahun 2022”***

Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan makalah penelitian ini, terutama kepada :

1. Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan kesempatan kepada penulis guna mengikuti program perkuliahan.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional
3. Drs. Adi Prakosa., M.Si selaku Ketua Prodi Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional
4. Nursatyo S.Sos.,M.Si selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia untuk membimbing penulis dalam penulisan Skripsi dan banyak membantu serta memberikan ilmu kepada penulis.
6. Ibu Dwi Pharadila, M.Ikom, selaku asisten dosen pembimbing yang turut bersedia membantu membimbing peneliti dalam penulisan Skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta yang telah memberikan ilmu serta materi kepada penulis.
8. Seluruh jajaran staff dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama penulis berkuliah di Universitas Nasional. Penulis sangat berterimakasih atas tahun-tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Orang tua penulis, Ibu Ummi Salamah dan Bapak Andi Sinrang telah memberi dukungan baik moral maupun material kepada penulis untuk kelancaran bagi penulis sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat di selesaikan tepat waktu.

10. Seluruh informan yang terlibat dalam penelitian ini, penulis ucapkan terima kasih atas kesempatan dan waktu yang diberikan sehingga dapat menyempatkan untuk penulis ganggu pada waktu mereka yang cukup padat.
11. Seluruh teman-teman dekat penulis, yaitu Irna, Raisha, Adinda, Citra, Annisa, Nesta, Catur, Nanda, Karen, Luna, Kharisma, Wulan, dan Mia yang telah memberikan semangat, perhatian, dukungan, dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
12. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian makalah penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Hanya kepada Allah SWT, kebaikan mereka dikembalikan, semoga limpahan pahala, berkah dan Rahmat-Nya diberikan kepada mereka. Aamiinn ya Robbal 'Alamiin.



Jakarta, 7 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Julia Fairuz Putri".

Julia Fairuz Putri

ABSTRAK

Nama : Julia Fairuz Putri
NPM : 193516516031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang PT. Bulisu Properti Cendekia Tahun 2022.

<p>Kata Kunci: <i>Strategi kreatif, Perancangan Iklan, Media Luar Ruang.</i></p>	<p>Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang PT. Bulisu Properti Cendekia Tahun 2022 dengan menggunakan Teori AIDCA dari Rhenald Kasali. Penelitian ini menggunakan Metode Studi Kasus dengan Pendekatan Kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan strategi kreatif dalam pembuatan perancangan iklan media luar ruang PT. Bulisu Properti Cendekia Tahun 2022 telah disiapkan secara sistematis dan terjadwal. Dimana, strategi perancangan iklan dibuat oleh tim pemasaran dan tim desain dengan berdiskusi sehingga memiliki rencana pembuatan iklan beserta timeline perencanaan produksi iklan. Kemudian, hasil diskusi di presentasikan kepada pimpinan apabila di ACC maka tim divisi desain dapat masuk ke tahap produksi iklan yaitu membuat desain pada media iklan yang telah ditetapkan. Tahap Produksi iklan tersebut melibatkan Tim desain dan Tim Pemasaran. Dimana Tim Pemasaran bertanggungjawab untuk membuat <i>Copywriting</i> yang persuasif berisikan informasi produk yang dapat menarik konsumen. Disisi lain, Tim Desain bertanggungjawab untuk menerjemahkan hasil kerja dari Tim Pemasaran kemudian menyusunnya menjadi sebuah desain yang menarik dengan menggunakan gambar, <i>font</i>, dan <i>palette</i> warna yang serasi dan nyaman dilihat sehingga berakhir kepada keputusan pembelian produk. Kesimpulanya, Strategi Kreatif Perancangan Iklan Media Luar Ruang PT. Bulisu telah melalui proses perancangan Iklan yang dibuat dengan memprioritaskan unsur <i>attention, interest, desire, conviction</i>, dan <i>action</i> dimana hal tersebut dibuktikan dari segi desain iklan yang dibuat pada brosur, spanduk, umbul-umbul yang melibatkan Divisi Desain dan Pemasaran PT.</p>
---	--

	Bulisu sehingga artinya Perancangan Iklan yang dilakukan telah memenuhi semua unsur yang ada di Teori AIDCA. Sarannya, Diharapkan PT. Bulisu dapat memperbanyak media beriklan di tempat strategis dan meng- <i>upgrade</i> iklan ke tempat yang lebih tinggi yakni <i>Billboard</i> serta bekerjasama dengan konten kreator di Media Sosial.
Pembimbing	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. .



ABSTRACT

Name : Julia Fairuz Putri
NPM : 193516516031
Study Program : Communication Studies
Title : Creative Strategy of Outdoor Media Advertising Design PT. Bulisu Properti Cendekia of 2022.

Keywords: <i>Creative strategies, Advertising Design, Out of Home Advertising.</i>	<p>The purpose of this study is to determine the Creative Strategy of Outdoor Media Advertising Design of PT. Bulisu Properti Cendekia 2022 using AIDCA Theory from Rhenald Kasali. This research uses the Case Study Method with a Qualitative Approach. The results of the study showed creative strategies in making outdoor media advertising designs of PT. The 2022 Scholar Property Bulisu has been prepared systematically and scheduled. The advertising design strategy is made by the marketing team and design team by discussing so that they have an ad creation plan along with an advertising production planning timeline. Then, the results of the discussion are presented to the leadership if at ACC, the design division team can enter the advertising production stage, namely making designs on the advertising media that have been determined. The production stage of the ad involves the design team and the marketing team. Where the Marketing Team is responsible for making persuasive Copywriting containing product information that can attract consumers. On the other hand, the Design Team is responsible for translating the work of the Marketing Team and then compiling it into an attractive design using images, fonts, and color palettes that are harmonious and comfortable to look at so that it ends in the product purchase decision. In conclusion, the Creative Strategy of Outdoor Media Advertising Design of PT. Bulisu has gone through the ad design process which is made by prioritizing elements of attention, interest, desire, conviction, and action where this is evidenced in terms of advertising design made on brochures, banners, banners involving the Design and Marketing Division of PT. Bulisu. Bulisu so that it means that the Ad Design carried out has fulfilled all the elements in the AIDSCA Theory. For suggestion, expected PT.</p>
--	---

	Bulisu can expand advertising media in strategic places and upgrade ads to higher places, namely Billboards and collaborate with content creators on Social Media.
Mentor/Adviser	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. .



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	
ABSTRAK.....	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I	PENDAHULUAN
	1.1 Latar Belakang
	1.2 Rumusan Masalah.....
	1.3 Tujuan Penelitian.....
	1.4 Manfaat Penelitian
	1.5 Sistematika Penulisan.....
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
	2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....
	2.1.1 Tabel Penelitian Terdahulu
	2.2 Kajian Pustaka
	2.2.1 Strategi Kreatif Perancangan Iklan.....
	2.2.2 Iklan
	2.2.3 Periklanan
	2.2.4 Media
	2.2.5 Media Luar Ruang.....
	2.2.6 Teori AIDCA

	2.2.7	Landasan Konseptual.....
	2.3	Kerangka Pemikiran
BAB III		METODOLOGI.....
	3.1	Pendekatan Penelitian.....
	3.2	Penentuan Informan.....
	3.3	Teknik Pengumpulan Data
	3.4	Teknik Analisis Data
	3.5	Teknik Keabsahan Data.....
	3.6	Lokasi Penelitian
	3.7	Jadwal Perencanaan Penelitian.....
BAB IV		HASIL PENELITIAN	
	4.1	Gambaran Umum
	4.1.1	Profil Perusahaan.....
	4.1.2	Struktur Organisasi.....
	4.1.3	Profil Informan
	4.2	Penyajian Data.....
	4.2.1	Strategi Kreatif Perancangan Iklan.....
	4.2.2	Media Iklan.....
	4.2.3	Konsep AIDCA
	4.3	Pembahasan
	4.3.1	Strategi Kreatif Perancangan Iklan.....
	4.3.2	Media Iklan.....
	4.3.3	Desain Konsep AIDCA
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN
	5.1	Kesimpulan.....
	5.2	Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1.1 Tabel Penelitian Terdahulu	13
Gambar 3.7 Tabel Jadwal Perencanaan Penelitian	58
Gambar 4.2.1 Tabel Penyajian Data Strategi Kreatif Perancangan Iklan	67
Gambar 4.2.2 Tabel Penyajian Data Media Iklan	69
Gambar 4.2.3 Tabel Penyajian Data Konsep AIDCA	74
Gambar 4.2.3 Tabel Penyajian Data Tahapan Visual.....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Umbul-Umbul Cluster Madani	1
Gambar 1.1.2 Poster Pemasaran	3
Gambar 1.1.3 Media Sosial Instagram	5
Gambar 2.2.8 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 4.1.1 Logo Cluster Madani	60
Gambar 4.1.2 Struktur Organisasi	62
Gambar 4.3.1 Umbul-Umbul Cluster Madani	82
Gambar 4.3.2 Logo Cluster Madani	84
Gambar 4.3.3 Brosur Cluster Madani	84
Gambar 4.3.4 Spanduk Cluster Madani	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Penugasan Pembimbing Skripsi.....	94
Lampiran II	: Surat Kesiediaan Membimbing Proposal Skripsi.....	95
Lampiran III	: Surat Permohonan Penelitian dan Informasi Data.....	96
Lampiran IV	: Laporan Observasi.....	97
Lampiran V	: Dokumentasi.....	98
Lampiran VI	: Transkrip Open Coding Wawancara Key Informan.....	100
Lampiran VII	: Transkrip Open Coding Wawancara Informan Pokok.....	103
Lampiran VIII	: Riwayat Hidup.....	106

