

ABSTRAK

Periklanan merupakan sebuah proses komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi *target audiens*, sehingga memerlukan strategi kreatif yang tepat agar pesan yang disampaikan efektif. Mama Lemon Ekstrak merupakan sebuah produk *dishwashing* yang dikeluarkan oleh PT. Lion Wings memerlukan kampanye periklanan *above the line* media sebagai upaya meningkatkan penjualan produk. Dari hal ini penulis merumuskan suatu permasalahan, yaitu bagaimanakah strategi kreatif kampanye periklanan *Above The line* Mama Lemon Ekstrak dalam upaya meningkatkan penjualan produk yang dikembangkan oleh Biro Iklan Bintang Pratama *Communications*? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakan dalam periklanan *above the line* media Mama Lemon Ekstrak dan proses mengenai perumusan strategi kreatif juga untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat proses perancangan serta pelaksanaan strategi kreatif tersebut. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang didukung dengan teori produksi pesan dan informasi oleh Stephen W Littlejohn juga beberapa kerangka pemikiran. Teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode triangulasi sumber. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara juga didukung dengan literatur yang diperoleh terkait penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa dalam proses merumuskan strategi kreatif yang tepat untuk kampanye periklanan *above the line* Mama Lemon Ekstrak memerlukan proses yang panjang. Strategi kreatif yang digunakan dalam kampanye periklanan *above the line* Mama Lemon Ekstrak berbeda sesuai dengan versi iklan yang diciptakan. Pada versi iklan *launching* menggunakan strategi *Unique Selling Proposition*, versi iklan promo menggunakan strategi generik yang didukung dengan *sales promotion* dan pada versi iklan *event* BTL menggunakan strategi testimonial berupa peliputan event. Namun strategi kreatif yang digunakan juga disesuaikan dengan tujuan iklan dan media *above the line* yang digunakan dalam kampanye periklanan, sehingga setiap media iklan yang digunakan terintegrasi saling mendukung satu dengan lainnya dalam sebuah kampanye periklanan Mama Lemon Ekstrak untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci : advertising, strategi kreatif, *above the line* media

ABSTRACT

Advertising is a communication process that aims to convey the message and influence the target audience requires creative strategies appropriate to the message delivered effectively and are able to influence the target audience. Mama Lemon Extract which is a dishwashing product issued by Lion Wings company need an advertising campaign above the line media as an effort to increase product sales. From this, the authors formulate a problem, namely how creative strategy of Mama Lemon Extract above the line advertising campaign in an effort to increase sales of products developed by Bintang Pratama Communications advertising agencies? The purpose of this research is to find creative strategies used in Mama Lemon Extract advertising above the line media and process of formulating that creative strategies and also to investigate the factors supporting and inhibiting the process of designing and implementing that creative strategies. Kind of research is using descriptive qualitative research method that is supported by production of messages and information theory by Stephen W Littlejohn also some framework. Data validation techniques used in this research is the method of triangulation of the source. This research conducted by analyzing data obtained through observations and interviews also supported by the available literature related to this research. Based on the obtained results of research the conclusion that in the process of formulating creative strategies appropriate for Mama Lemon Extract above the line advertising campaign require a long process. Creative strategies used in the Mama Lemon Extract above the line advertising campaign differ according to the commercials that were created. In the version of the launching advertising using Unique Selling Proposition strategy, version of the promo advertising using generic strategies are supported by sales promotion and advertising on the version of events BTL uses a testimonial strategy event coverage. But the creative strategies used are also adapted to the purpose of advertising and above the line media that is used in advertising campaigns, so that any advertising that used an integrated media support each other in Mama Lemon Extract advertising campaign to increase sales.

Keywords : advertising, creative strategy, above the line media