STRATEGI KREATIF

PEKERJAAN KREATIF

- Proses penggambaran,penulisan,perencanaan dan produksi sebuah iklan (jiwa dan jantung periklanan)

  KREATIF DALAM IKLAN IDENTIK :
- orang kreatif : orang profesional yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan kreatif

  exp : pengarah seni,penulis naskah,copywriter.

Strategi kreatif

- Pengiklan : orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang kireatif sebagai pedoman dalam membuat iklan
- Orang kreatif : hasil terjemahan dari berbagai informasi yang di gunakan untuk merumuskan tujuan iklan

- **Pekerjaan kreatif**

  Pelaksanaan dan pengembangan konsep atau ide yang dapat mewujudkan strategi kreatif dalam bentuk komunikasi efektif

  Exp : judul,perwajahan,naskah,storyboard.

II.PERUMUSAN STRATEGI KREATIF

Menurut Gilson dan Berkman,proses perumusan strategi kreatif terdiri atas 3 tahap, yaitu :

Tahap pertama : mengumoulkan informasi :

- Konsumen sasaran
- Data-data produk
- Persaingan di pasar
- Rencana strategi media

Tahap kedua : tentukan platform,tujuan iklan dan rancangan iklan

Tahap ketiga : persentasi di depan klien

III.STRUKTUR IKLAN DAN RUMUS AIDCA

Struktur iklan

- **Headline : judul atau kepala tulisan bagian pertama yang di baca orang**
- **Subhead line : di buat apabila headline panjang**
- **Amplifikasi: perluasan berupa naskah(*body copy*)**

RUMUS AIDCA

Attention

- **Ukuran (*size & airtime*)**
- **Warna (*spot/full colour*)**
- **Tata letak (*layout*)**
- **Jenis-jenis huruf (*tipografi*)**

Trick yang lain :

- **Gunakan headline yang mengarah**
- **Slogan yang mudah di ingat**
- **Menebalkan huruf-huruf untuk harga,kata-kata menjual**
- **Menonjolkan *selling point***

Interest (menarik minat) : kalimat pembuka yang tepat

Desire (menggerakan keinginan)

Conviction(meyakinkan)

- Testimonial (pembuktian)
- Sampel
- Opini publik

Atau diungkapkan tentang :

- Pengalaman perusahaan
- Hasil uji coba pihak ketiga
- Penghargaan yang di peroleh
- Tenaga ahli yang meramu produk

Action (tindakan pembelian)

Gunakan kata-kata perintah yang tepat

- Beli
- Ambil
- Ayo
- Hubungi
- Gunakan
- Datanglah
- Kirimkan
- Cobalah
- Lihatlah
- Tuliskan

IV.NASKAH,TATA LETAK & TIPOGRAFI

Naskah

Kata copy dalam periklanan :

- **Teks dalam iklan**
- **Seluruh gambar,foto & tulisan**
- **Semua materi di gunakan dalam publikasi**

Patokan untuk membuat naskah iklan

- **Singkat dan padat**
- **Sederhana dan sopan**

TATA LETAK

Menurut Jefkins beberapa patokan dalam merancang sebuah layout, yaitu :

- The law of unity (kesatuan)
- The law of variety (variasi)
- The law of balance (keseimbangan)
- The law of rhythm (gerak wajar)
- The law of harmony (harmony)
- The law of scale (kekontrasan)

Tipografi

- “seni mengatur (setting) huruf (type) kemudian mencetak nya”
- Jenis-jenis huruf : type face