

Pengembangan Pesan Iklan

- Thema
- Copywriting
 - Headline
 - Bodycopy
 - Isi
 - Struktur
 - Format
- Illustrating
- Layout
- <http://www.komvis.com/>

Thema

- **Acquisitiveness**

Menampilkan pemakai produk lebih kaya, lebih berkuasa, lebih prestise & lebih efisien.

- **Comfort**

Iklan yg menampilkan pemakai produk lebih nyaman, santai, enjoy/ fikiran tenang.

- **Convenience**

Iklan menampilkan pemakai produk terhindar dari hal-hal yg menyusahkan pekerjaannya&mencari solusi/ alternatif yg mempermudah mereka melakukan pekerjaannya.

- **Curiosity**

iklan yg menggugah rasa ingin tahu lebih jauh terhadap apa yg ditawarkan demi pengalaman baru

- **Egoism**

iklan yg menampilkan seseorang merasa diri lebih menarik, populer dan terhormat.

- **Family Affection, Togetherness & Happy Home**

iklan yg menampilkan pemakai produk memiliki hubungan keluarga yg harmonis dan bahagia.

- **Life**

iklan yg menampilkan pemakai produk memiliki kehidupan mereka lebih layak dengan menyediakan berbagai fasilitas pendidikan, sandang pangan demi masa depan lebih baik.

- **Fear**

iklan yg membuat pembaca merasa cemas&khawatir terhadap bahaya penyakit, kematian, kemiskinan, cercaan, kehilangan hak-haknya atas sesuatu, kehilangan kecantikan atau ketampanan, kehilangan popularitas, dan kehilangan kasih sayang.

- **Health**

iklan yg isinya memotivasi khalayak untuk tetap sehat&fit.

- **Hero Worship**

iklan yg menampilkan pemakai produk menjadi seseorang g sangat ideal/idaman.

- **Kindness, Generosity&Unselfishness**

iklan yg isinya memotivasi khalayak untuk perduli terhadap orang lain, kepentingan umum, negara/ kelompok tertentu.

- **Love and Sex**

iklan yg isinya memotivasi khalayak untuk mendapatkan cinta&dicintai, romantis&kehidupan seks normal.

- **Mental Stimulation**

iklan yg isinya memotivasi khalayak untuk pengetahuan yg baik sehingga memiliki pandangan wawasan yg lebih luas.

- **Pleasure**

iklan yg menampilkan produk tersebut dapat membantu melepaskan diri dari rutinitas, terhibur, riang&gembira, pergi bertamasya&santai secara umum.

- **Sensory Appeals**

iklan yang menampilkan pemakai produk memiliki sensasi/kesenangan, hobbi yg berhubungan dengan produk yang ditawarkan.

Copywriting

- Headline
 - News
 - Directive
 - Direct benefit
 - Curiosity
 - Hornblowing
 - Offbeat

Copywriting

- Bodycopy
 - **Isi Pesan**
 - Emosional
 - Rasional
 - Moral
 - Kombinasi
- Struktur pesan
 - One Side vs Both Side
 - Positip saja
 - Positip dan Negatip dikombinasi
 - Conclusion
 - Close
 - Open

Format Pesan

- Memaksimalkan fungsi
 - Media Audio
 - Sound, effect, intonasi, vocal, dialek
 - Media Cetak Visual
 - Typografi, ilustrasi, warna, ukuran, tone, kertas, tinta dsb
 - Media Audio Visual
 - Sound, effect, intonasi, vocal, dialek,
 - Typografi, ilustrasi, warna, ukuran, tone, kertas, tinta dsb
 - Movement, Sekuen
 - Kostum, background, lokasi, animasi

ILUSTRASI

- Fungsi Ilustrasi:
 - Menarik perhatian
 - Merangsang minat membaca keseluruhan pesan
 - Menonjolkan salah satu keistimewaan produk
 - Menjelaskan suatu pernyataan
 - Memenangkan persaingan dalam menarik perhatian pembaca, di antara rentetan pesan lainnya dalam suatu media yang sama
 - Menciptakan suasana khas
 - Mendramatisasi pesan
 - Menonjolkan suatu merk/ menunjang *tagline* yang ditampilkan
 - Mendukung judul iklan

Illustration

- Type ilustrasi :
 - The product it self
 - The product package
 - The product in use
 - The benefit derived from using the product
 - The consequences of not using the product
 - Comparison ' before and after ' as well as comparison with competitive products
 - Testimonial about the product
 - Dramatizations of a situation
 - Illustration that create a feeling or mood

Layout

- Penataan elemen iklan dengan mengingat Prinsip-prinsip desain:
 - kontras
 - Balance
 - Proportion
 - Rythim
 - Harmony
 - Movement
 - unity

Type layout

- Iklan cetak memiliki type:
 - **Standard layout:** layout yg menyusun elemen judul di atas, kemudian gambar&naskah di bawahnya. layout ini menganggap judul lebih penting dari gambar&naskahnya.
 - **Poster type layout:** layout yg hanya menggunakan gambar saja, tidak ada naskah, teks hanya judul&merk.
 - **Side by side layout:** layout yg menempatkan naskah di sebelah kiri&gambar di sebelah kanan/sebaliknya.

Type Layout

- **Cartoon layout:** menggunakan gambar sketsa untuk menampilkan suatu produk secara berlebihan.
- **Rebus layout:** menggunakan banyak gambar, di mana gambar-gambar disusun tidak sepenuhnya seimbang.
- **Split layout:** dua gambar berlawanan untuk menunjukkan perbandingan.
- **Isolation layout:** suatu gambar/ elemen iklan tersendiri (terisolasi) tetapi gambar/ elemen tersebut dibantu pemberian warna untuk mendapatkan fokus perhatian.
- **Insert layout:** yaitu layout yang menampilkan gambar kedua dalam bentuk sisipan.
- **All type layout:** tidak memiliki gambar, semua elemen terdiri dari teks/ naskah

Penggunaan Warna

- Black White
- Spot colour
- Full colour

Pustaka

- Alexis S. Tan, *Mass Communication Theories and Research*. Columbus, Ohio, 1981.
- Burton, Philip Ward, *Advertising Copywriting*, NTC Business Books, Lincolnwood. Illinois, 1990
- Dendi Sudiana, *Komunikasi Periklanan Cetak*, Remaja Karya, Bandung, 1986
- Gilson, Christopher dan Harold W. Berkman, *Advertising Concepts and Strategies*, Random House, Toronto, 1980.
- Jennings, Simon, *The New Guide to Illustration and Design*, Quarto Publishing, London, 1987.
- Kathleen Hall Jamieson & Karlyn Kohrs Campbell, *The Interplay of Influence : Mass Media & Their Publics In News, Advertising, Politics*.
- Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan dan Aplikasinya di Indonesia*, Graffiti Press, Jakarta, 1990
- Runyon, Kenneth E., *Advertising*, Charles E. Merrill Publishing Company, A Bell & Howell Company, Columbus, Ohio, 1984
- Russell, J. Thomas & Lane, W. Ronald, *Tatacara Periklanan Kleppner*, alihbahasa, Syahrizal Noor dan Soesanto Budidarmo, Elexmedia Komputindo, Jakarta, 1990
- Turnbull, Arthur T. dan Baird, Russell N., *The Graphics of Communication*, Holt, Rinehart and Winston, New York, 1975.
- Wells, William; John Burnett & Sandra Mortiaty, *Advertising Principles and Practice*, Printice Hall Inc, Englewood Cliff, New Jersey, 1989.
- <http://www.komvis.com/>
- <http://www.starindoadv.com/>