

# PROSES KREATIF

# Apa yang akan kita pelajari hari ini?

- ◆ *Sosial Marketing perspective*
- ◆ *Brand*
- ◆ *Alur membuat pesan kreatif*
- ◆ *Target market*
- ◆ *Target audience*
- ◆ *Consumer insight*
- ◆ *Memformulasikan pesan yang efektif*

# SOCIAL MARKETING PERSPECTIVE

- ◆ Mengembangkan seluruh proses kerjanya dari perspektif **BRAND**
- ◆ Menembangkan pemahaman massa dalam perspektif **CONSUMER**

Masyarakat “Menentukan” sendiri hidupnya...  
SEPERTI MEMBELI BAJU DI MALL

Jualan apapun prinsipnya sama  
Termasuk Jualan Produk (ide) kesehatan

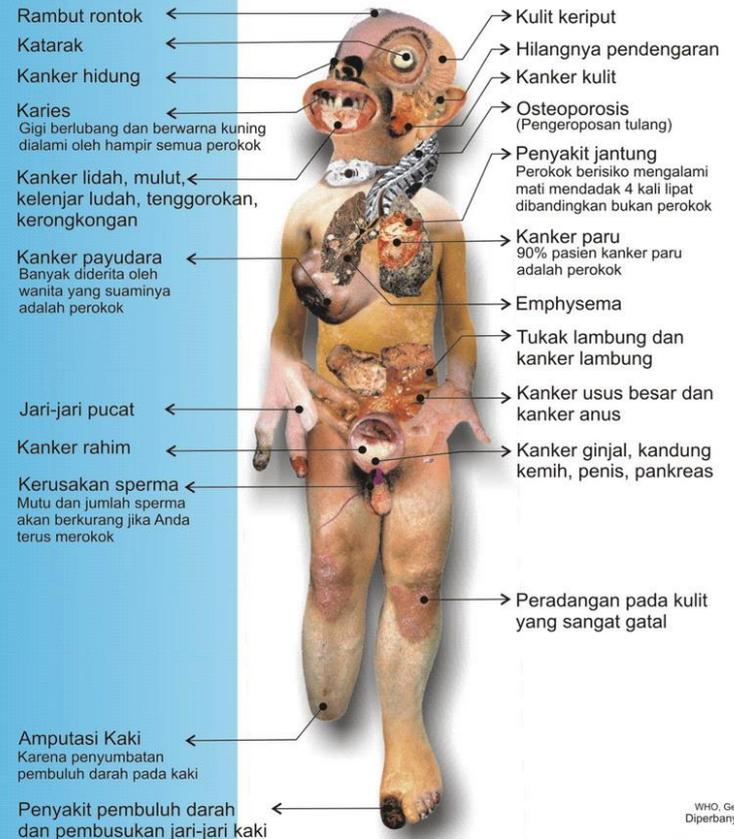
# Membuat Promosi Kesehatan "STOP MEROKOK"

Apa yang Anda lakukan ?

Film ?

## Tubuh Seorang Perokok

Merokok menyebabkan kerusakan dan penyakit pada semua bagian tubuh



Sumber:  
WHO, Geneva, 2002  
Diperbanyak Oleh :



Center for Bioethics and Medical Humanities  
Center of Health Behavior and Promotion  
Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada  
Untuk informasi lebih lanjut hubungi : Phone/Fax : 0274-547489  
Email : bioetika@yahoo.com

# Membuat Promosi Kesehatan "STOP MEROKOK"

Apa yang Anda lakukan ?

Membuat Iklan

Membuat Slide

Membuat Ikon

Cari ide

Gambar paru bolong

ant nejabat

# Membuat Promosi Kesehatan “STOP MEROKOK”

Produk (program/ide/gagasan)

Brand Essence

Consumer Insight

Landasan Strategi Promosi

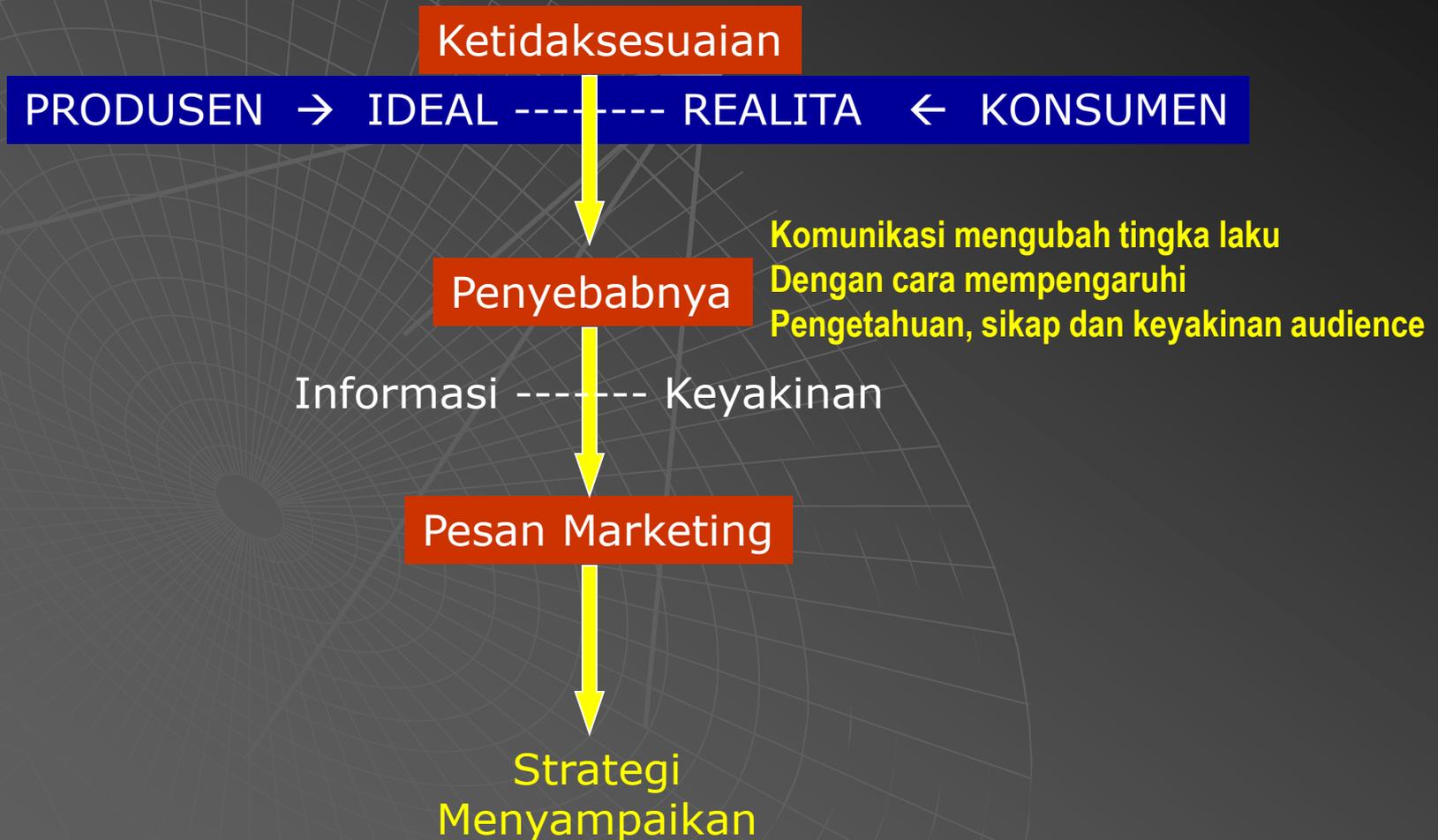
What to say → Pesan

How to say → Kreatif, ide, tone & manner

Where & when to say → contact point → media/aktivitas

# Dari mana kita mulai ?

Ada problema sosial kesehatan



# Mendingan Mati daripada "Gak Gaul"



Pengaruh (di bawah sadar) yang mengarahkan tingkah laku

**CONSUMER INSIGHT**

Digali dari kehidupan consumer (*target audience*)

Target Market (TM) → Target Audience (TA)

Remaja 12-18 tahun  
Pendidikan SLTP-SLTA  
Urban, modern, dll

Di-orang-kan

Dio 17 tahun, siswa SMU kelas dua  
Tinggal di kota, ibukota propinsi

Berasal dari keluarga kecukupan, meski tidak berlebihan

Pengen melakukan yang terbaik buat dirinya, tapi tidak selalu bisa, khususnya dalam pergaulan sosialnya ("*anak gaul*")

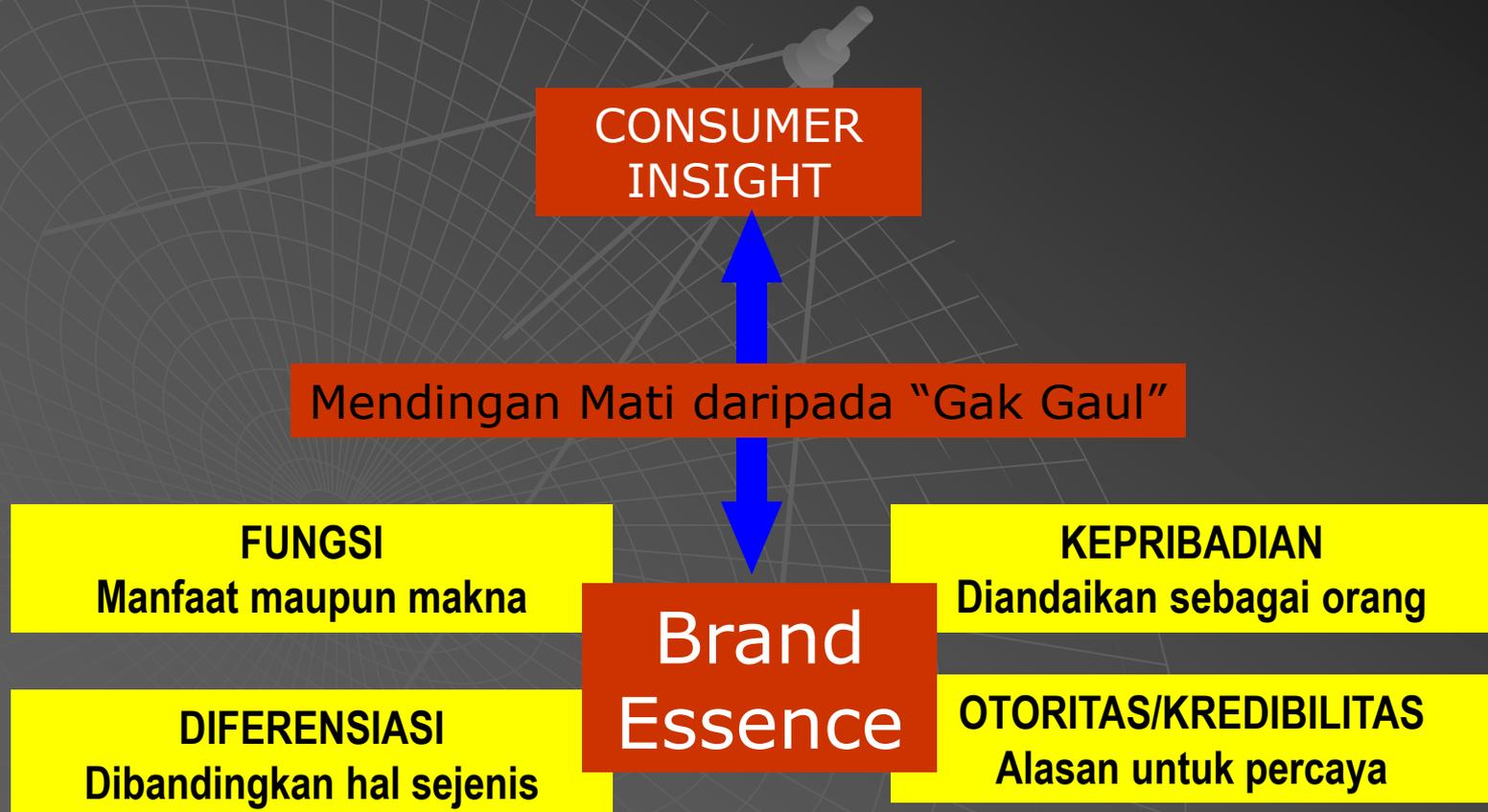
Suka menikmati film dan lagu-lagu terkini. Di hati kecilnya ada Keinginan jadi seperti artis

dst

Pengabdian kita!  
Consumer oriented

## PERSONIFIKASI TARGET AUDIENCE

Dio 17 tahun, siswa SMU kelas dua, tinggal di kota, ibukota propinsi, berasal dari keluarga kecukupan, meski tidak berlebihan  
Pengen melakukan yang terbaik buat dirinya, tapi tidak selalu bisa, khususnya dalam pergaulan sosialnya (*"anak gaul"*)  
Suka menikmati film dan lagu-lagu terkini. Di hati kecilnya ada Keinginan jadi seperti artis  
dst



## CONTOH BRAND ESSENCE

**RINSO**

“Kebebasan anak kreatif”

**LUX**

“dreams of beauty”

**CLOSE UP**

“confident closeness”

**A MILD**

“Smart People”

**KOIZUMI**

“smart eccentric leader”

**AHMADINEJAD**

“great bohemian politician”

**BILL CLINTON**

“humanist with strong  
economic vision”

**CHAVES**

“hero for all”

# PROSES KREATIF Menggali Pesan

## Target Market (TM)

Remaja 12-18 tahun  
SES A-B  
Pend. SLTP, SLTA  
Urban, modern  
DII.

## Target Audience (TA)

### Di-orang-kan

Dio 17 thn, siswa SMU kelas dua.  
Tinggal di kotamadya, ibukota provinsi.  
Berasal dari keluarga yang kecukupan, meski tak berlebihan.  
Pingin melakukan yg terbaik buat dirinya tapi tidak selalu bisa, khususnya dalam pergaulan sosialnya.  
Suka menikmati film dan lagu-lagu terkini. Di hati kecilnya ada keinginan jadi seperti artis2 idolanya.

"Mendingan mati dari pada gak gaul!"

## Pesan Marketing

"Stop Merokok"  
Merokok itu tidak baik.

## Pesan Promosi

merubah Pesan Marketing dgn bahasa (isi benak) TA :  
Merokok bikin hancur pergaulanmu !

# PROSES KREATIF

## Menggali Ide

### Target Audience (TA)

Dio 17 thn, siswa SMU kelas dua. Tinggal di kotamadya, ibukota provinsi.

Berasal dari keluarga yang kecukupan, meski tak berlebihan.

Pingin melakukan yg terbaik buat dirinya tapi tidak selalu bisa, khususnya dalam pergaulan sosialnya.

Suka menikmati film dan lagu-lagu terkini. Di hati kecilnya ada keinginan jadi seperti artis2 idolanya.

### Insight

"Mendingan mati dari pada gak gaul!"

### Pesan Kreatif

Merokok bikin hancur pergaulanmu !

**Ide** → Tanya : apa akibatnya, mengapa bisa begitu, bagaimana, dsb.

Misalnya dipilih : Apa akibatnya bagi pergaulan kalau dia merokok ?

Gigi kotor, gak pede ? Nafas bau, dijauhi teman ?

### Storyline

Biar disegani teman2nya, maka Dio ikut2an merokok agar tampil gagah dan tampak dewasa.

Mula2 usahanya itu sukses, dia diterima dalam pergaulan. Tapi kemudian giginya jadi kuning/kotor.

Cewek2 menjauhinya, Dio jadi nggak pede lagi. Pergaulkannya berantakan.

**Gaya Pendekatan (tone & manner)** → Yg sesuai Target Audience

Humor? Horror/magis? Melodrama? Ngajarin/nasehat? Mengancam? Dll.

# MENYAMPAIKAN PESAN

## SASARAN (Target Audience)

Dio 17 thn, siswa SMU kelas dua.  
Tinggal di kotamadya, ibukota provinsi.  
Berasal dari keluarga yang kecukupan, meski tak berlebihan.  
Pingin melakukan yg terbaik buat dirinya tapi tidak selalu bisa, khususnya dalam pergaulan sosialnya.  
Suka menikmati film dan lagu-lagu terkini. Di hati kecilnya ada keinginan jadi seperti artis2 idolanya.

PESAN-Ide



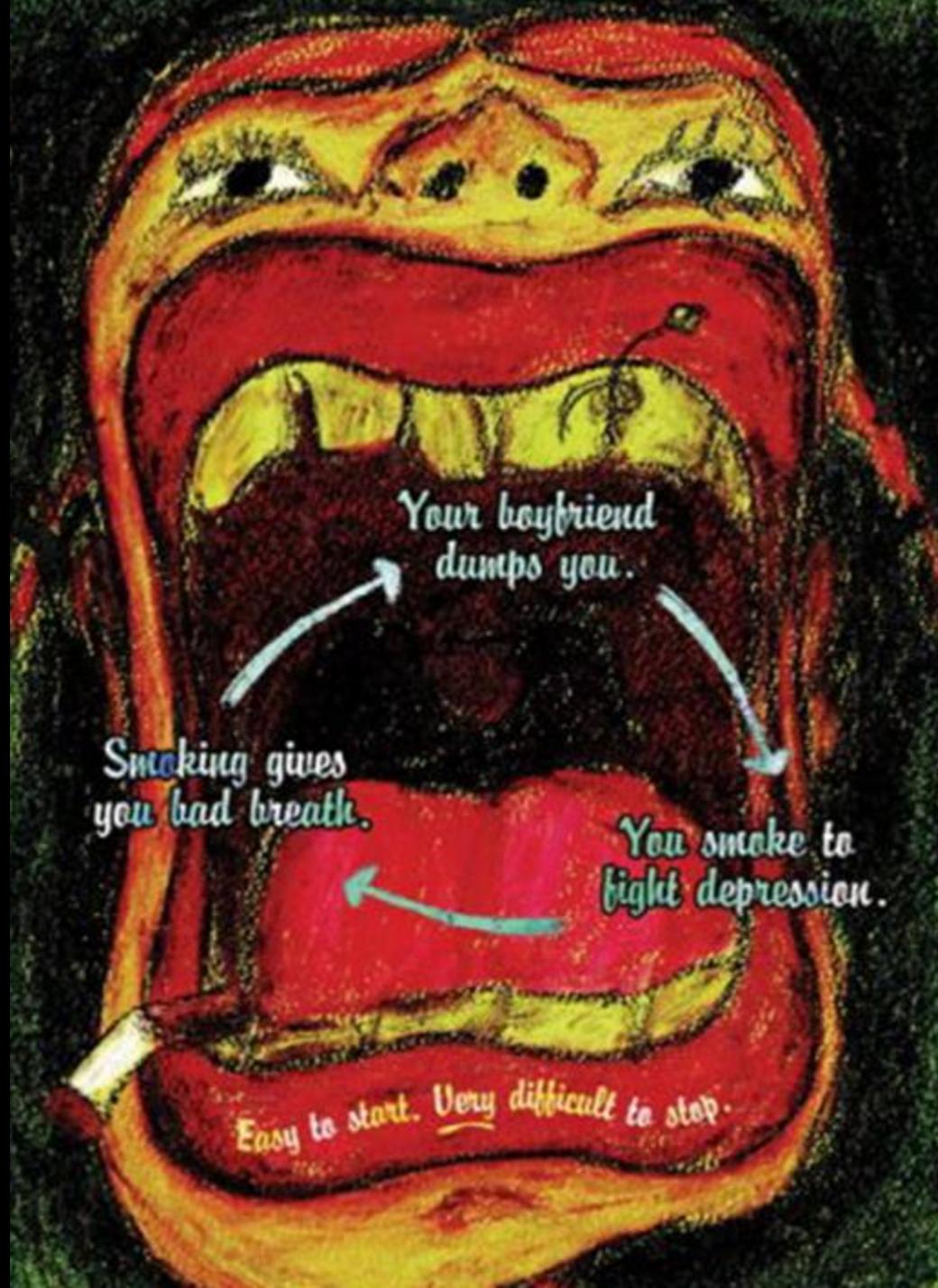
<b>Consumer Journey</b>	<b>Contact Point</b>	<b>ALAT/MATERI PENYAMPAIAN</b>
<b>Apa saja kegiatan TA :</b> Di rumah Pergi sekolah Ke bioskop Nongkrong Ke bengkel Dst.	Kamar TV, radio, koran Jalanan, angkot Halaman sekolah Tempat parkir Gedung bioskop Mall Kantin  Dst.	Poster Kalender Iklan TV Iklan radio Iklan koran Billboard Stiker angkot POS kantin, bengkel, mall Aktivasi di mall, tempat parkir, cafe DII.

You smoke to  
look cool.

You don't  
look cool.

Smoking stains  
your teeth.

Easy to start. Very difficult to stop.



Your boyfriend  
dumps you.

Smoking gives  
you bad breath.

You smoke to  
fight depression.

Easy to start. Very difficult to stop.

you smoke to  
feel MANly.

you are LESS  
OF a MAN.

SMOKING CAUSES  
IMPOTENCY.

easy to start. VERY difficult To stop.

“Lebih enak kalau udah sah”