

## ABSTRAKSI

Khalayak adalah sasaran yang paling mudah untuk dipengaruhi dengan iklan. Khalayak menerima terpaan iklan baik melalui media elektronik maupun media cetak. Untuk membuat iklan komersial, pertama-tama harus memiliki ide yang merupakan latar belakang suatu konsep kreatif. Tujuannya adalah membuat orang tertarik dan memperhatikan pesan penjualannya (*selling message*) dalam iklan. Tentu saja berharap bahwa pada akhirnya orang mau membeli produknya, bukan sekedar menyukai iklannya.

Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode penelitian analisis deksriptif, mengumpulkan data dengan observasi dan dokumentasi.

Agar iklan yang diinginkan dapat dengan tepat mengenai sasaran, maka diperlukan perencanaan matang. Ada beberapa strategi dalam beriklan yang harus diperhatikan diantaranya strategi kreatif, strategi naskah (*copywriting*), dan strategi perencanaan media.

Perencanaan media iklan yang dipersiapkan dengan baik akan menghasilkan komunikasi yang efektif, sehingga pesan yang disampaikan akan mendapat perhatian lebih besar dari target sasaran.

Kata Kunci: Strategi Perencanaan Media Iklan, Surat Kabar