

ABSTRAK

Banyaknya iklan pada media televisi terutama iklan produk rokok Sampoerna A Mild yang mempunyai gaya bahasa visual dalam menyampaikan isi pesan. Strategi kreatif pesan dapat memicu ketertarikan audiens dalam penggunaan visual iklan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa alasan Sampoerna A Mild dapat bertahan meskipun kompetitor semakin banyak, dan menganalisa iklan produk rokok dari prespektif gaya bahasa visual dalam penyampaian pesan yang terkandung pada Iklan Sampoerna A Mild versi Danau, *Conecting* dan Manimal. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yang meliputi observasi partisipan dan nonpartisipan dan data sekunder yang meliputi buku, majalah, jurnal dan penelitian terdahulu. Hasil penelitian ini adalah (1) Alasan produk rokok sampoerna A Mild bertahan ketika competitor semakin banyak dan pada akhirnya produk tersebut mendapatkan posisi terbaik dihati konsumen melalui perspektif visual iklan dikarenakan Sampoerna A Mild telah berhasil merancang strategi kreatif pesan mempengaruhi emosi target audiens sehingga mereka melakukan *action* atau tindakan dalam pembelian, mengikuti aktivasi Sampoerna A Mild dan mengetahui akan citra *brand* tersebut melalui penayangan iklan pada media televisi. (2) Iklan produk rokok Sampoerna A Mild menggunakan gaya bahasa visual berbeda. Sampoerna A Mild versi Danau menggunakan bahasa penegasan, Sampoerna A Mild versi *Conecting* berupa sindiran dan Sampoerna A Mild versi Manimal berupa perbandingan. Dalam penyampaian pesan dengan menggunakan daya tarik emosional dan ajakan mempengaruhi emosi target audiens dengan rangkaian gaya eksekusi pesannyaialah *'slice of life'* atau potongan kehidupan pada visual yang membentuk rangkaian iklan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dapat diteliti lebih dalam lagi tentang strategi kreatif dalam penggunaan gaya bahasa iklan khususnya segi keilmuan Desain Komunikasi Visual pada peminatan *advertising* dalam pengembangan iklan tersebut.

Kata kunci: Sampoerna A Mild, Strategi kreatif pesan, visual iklan.