

Nama : Dimas Tirtomayasandi
NIM : 44310110036
Judul : Strategi Kreatif LPP TVRI Stasiun DKI Jakarta Dalam Membangun
Awareness Pemirsa
(Studi Kasus Strategi Kreatif dan Pemasaran Program Gowes Jakarta
di TVRI Stasiun DKI Jakarta Periode Juni-Oktober 2012)
Bibliografi : 5 Bab 80 hal + Lampiran + 33 buku (1981-2010) + 3 Modul

ABSTRAKSI

Dunia pertelevisian merupakan dunia yang penuh dengan kreativitas serta gagasan. Dalam membuat sebuah program acara dibutuhkan perencanaan dan strategi komunikasi yang matang agar program acara dapat disukai oleh pemirsa. Bagi TVRI Stasiun DKI Jakarta yang merupakan lembaga penyiaran publik milik pemerintah yang lekat dengan *image* kuno dan kurang menarik untuk ditonton, selain melakukan strategi kreatif dari segi tampilan, juga harus memikirkan bagaimana memasarkan program acara tersebut agar dapat diketahui oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif yang dilakukan oleh TVRI Stasiun DKI Jakarta dalam membangun *awareness* pemirsa.

Konsep strategi kreatif yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan konsep strategi kreatif yang dijabarkan dalam buku Manajemen Periklanan oleh Rhenald Kasali. Menurut Rhenald, strategi kreatif merupakan orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif sebagai pedoman dalam membuat suatu pesan/informasi, dimana mencakup pengembangan konsep atau ide dalam membentuk komunikasi yang efektif. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada proses kreatif salah satu program acara unggulan Gowes Jakarta di TVRI Stasiun DKI Jakarta, mulai dari tahap perencanaan hingga bagaimana memasarkan program acara tersebut agar dapat ditonton oleh khalayak.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode riset studi kasus dengan wawancara secara mendalam serta didukung oleh sejumlah data yang didapatkan secara komprehensif.

Hasil akhir dari penelitian ini dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan *awareness* pemirsa dapat dilakukan dengan langkah strategi kreatif dan komunikasi pemasaran yang berintegrasi, meskipun masih ada beberapa hal yang harus dievaluasi oleh TVRI Stasiun DKI Jakarta agar dapat lebih baik kedepannya.