

## ABSTRAK

Junaedi Setiawan

0430312023

### PROSES KREATIF PEMBUATAN IKLAN PROMO SINETRON CINTA FITRI

(Studi Kasus: Kegiatan tim promo SCTV dalam proses pembuatan iklan promo sinetron cinta fitri)

X + 76 hal, 16 buku (1982-2009)

Perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia semakin maju pesat. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya stasiun televisi swasta, baik yang lingkup siarannya lokal maupun nasional. Masing-masing stasiun ingin menjadi yang paling depan atau ingin menjadi nomer satu dimata pemirsa berdasarkan *rating* yang dilakukan suatu perusahaan *survey* data penonton atau pemirsa yang dijadikan pedoman oleh stasiun televisi belakangan ini.

Analisis proses kreatif pembuatan iklan promo menurut Chistoper Gilson dapat kategorikan kedalam tiga tahapan. Masing-masing tahapan mempunyai proses yang khas dan berbeda satu dengan yang lainnya, yaitu *Copywriter mengolah Marketing Brief dari pengiklan atau klien, disusunkan sebuah creative brief atau brief kreatif, dan yang terakhir presentasi di hadapan pengiklan*. Secara umum, ketiga tahapan itu akhirnya mengerucut pada tiga produk yang biasa dihasilkan dalam proses kreatif dunia periklanan, yaitu bagaimana merancang big idea-nya, kemudian dituangkan dalam storyline seperti apa, dan diterjemahkan kedalam gambar dengan storyboard seperti apa.

Penelitian ini dilakukan melalui metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tipe ini hanya terbatas pada bahasan untuk menggambarkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa secara objektif.

Penelitian ini telah menyimpulkan bahwa strategi kreatif promo sinetron yang dilakukan oleh tim promo SCTV adalah, dengan memberikan warna baru, yaitu konsep yang tematik, dengan tujuan untuk dapat meningkatkan market dan perhatian penonton. Dengan meningkatnya market penonton, diharapkan dapat meningkatkan rating dan share penonton yang kemudian berimbas dengan banyaknya para pengiklan yang mengiklankan iklan mereka di acara sinetron cinta fitri. Semua kegiatannya telah dilakukan secara konsisten dan transparansi dalam rangka membentuk citra positif terhadap Sinetron Cinta Fitri dan SCTV sendiri.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan makalah mengenai Proses kreatif dalam mempromosikan sebuah program sinetron, dengan judul **“Proses Kreatif Pembuatan Iklan Promo Sinetron Cinta Fitri”**. Tugas ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mata kuliah Marketing Communication dan Advertising.

Terima kasih yang tidak terhingga penulis ucapkan kepada Ibunda tersayang, istri dan anak tercinta yang juga selalu memberikan kasih sayang dan dukungan untuk selalu semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bantuan, sumbang saran dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati dan ketulusan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada,

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan-arahan dan supporting dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si. selaku kepala bidang studi ilmu komunikasi yang selalu mendorong saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Hardiyanto M.Si selaku wakil dekan, sekaligus ketua sidang skripsi, terima kasih atas nasehat, pengarahan dan evaluasi yang berguna dalam penulisan, sistematika penulisan, kebenaran dan bagaimana membuat

karya ilmiah yang baik, semoga segala yang baik akan dibalas kebaikan juga.

Amin ya robbal allamin.

4. Ibu SM Niken Restaty, S, Sos, M.Si, terima kasih saya ucapkan atas bantuan, kritikan, saran dan semangat yang ibu berikan dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak Drs. Cosmas Gatot, M.Si, yang memberikan spirit untuk tetap maju dan pantang mundur dalam menyelesaikan masalah, yaitu penulisan skripsi ini.
6. SCTV yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam mencari informasi dalam penelitian tentang Proses Kreatif Pembuatan Iklan Promo Sinetron Cinta Fitri dan tidak lupa kepada tim promo yang telah banyak membantu atas bersedianya dalam wawancara pencarian jawaban dari pokok masalah yang penulis teliti.
7. Seluruh teman-teman liputan6 (korkam, kameraman dan reporter) yg terus memberikan support “ Ayo kamu bisa” dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Tidak lupa juga kepada seluruh dosen dan staff pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman yang terbaik, hingga penulis dapat mengerjakan penulisan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman-teman UMB angkatan 2004, yang selalu saling mengingatkan dan support penyelesaian skripsi ini.

10. Seluruh staff tata usaha yang telah memberikan pelayanan dalam urusan administrasi perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.

Sebenarnya masih banyak lagi teman-teman yang memberikan support, semangat. Dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya, atas keterbatasan dalam menampilkan nama teman-teman semuanya.

Penulis mengharapkan makalah ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca. Semoga makalah ini dapat memberikan tambahan ilmu dan pengetahuan kita semua mengenai kreatif dalam proses pembuatan kreatif iklan sinetron cinta fitri. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan makalah ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan untuk bahan pembelajaran di masa depan.

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

Jakarta, 16 Februari 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	6
2.1 Komunikasi.....	6
2.2 Iklan.....	8
2.3 Iklan Promo Program.....	9
2.4 Proses Kreatif Iklan.....	13
2.5 Copywriting.....	17
2.5.1 Pesan.....	18
2.5.2 Daya Tarik Iklan.....	20
2.6 Visualisasi Iklan.....	22
2.7 Televisi Sebagai Media Iklan.....	24
2.7.1 Kekuatan Televisi.....	25
2.7.2 Kelemahan Televisi.....	26
2.7.3 Bentuk-bentuk Iklan promo program Televisi.....	26
2.8 Sinetron.....	27
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	30
3.1 Tipe Penelitian.....	30
3.2 Metodologi Penelitian.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4 Key Informasi.....	35

3.5	Definisi Konsep.....	36
3.6	Fokus Penelitian.....	36
3.7	Analisis Data.....	37

#### BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Sekilas Tentang SCTV.....	39
4.1.1	Gambaran Umum PT. Surya Citra Televisi (SCTV).....	39
4.1.2	Visi dan Misi SCTV.....	45
4.1.3	Manajemen SCTV.....	46
4.2	Program Unggulan.....	51
4.3	Sekilas Sinetron Cinta Fitri.....	53
4.4	Iklan Promo Sinetron Cinta Fitri.....	55
4.5	Hasil Penelitian.....	57
4.5.1	Proses Kreatif Promo Sinetron Cinta Fitri.....	57
4.5.2	Big Idea.....	61
4.5.3	Storyline.....	62
4.5.4	Storyboard.....	64
4.6	Pembahasan.....	65
4.6.1	Analisa Big Idea.....	68
4.6.2	Analisa Storyline.....	70
4.6.3	Analisa Storyboard.....	71

#### BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74

#### DAFTAR PUSTAKA BIODATA