



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JURUSAN BROADCASTING**

SHELA DWI ASTRIA

44108010018

**STRATEGI PRODUKSI PROGRAM *PROMO ON AIR COMMERCIAL*
PROFIL NIAGA DI RCTI**

viii halaman + 96 halaman + 6 tabel + 40 buku + 3 sumber lain

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Strategi Produksi Program *Promo On Air Commercial* Profil Niaga di RCTI”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi produksi program *promo on air commercial* Profil Niaga di RCTI.

Profil Niaga adalah tayangan berdurasi tiga menit dan di tayangkan berdampingan dengan seputar Indonesia. Profil Niaga merupakan program yang berisi informasi mengenai event, deskripsi produk, juga informasi mengenai produsen suatu produk barang atau jasa, dan launching suatu produk baru yang ingin di promosikan. Tujuan Profil Niaga adalah untuk mempromosikan suatu barang atau jasa kepada target *audience*.

Teori ditinjau secara mekanisme kerja Profil Niaga telah sesuai dengan teori tahapan pelaksanaan produksi versi Darwanto Sastro Subroto dalam bukunya “Produksi Acara Televisi” yang terdiri dari pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus menggunakan tipe penelitian dengan teknik wawancara mendalam (*depth interview*) kepada narasumber (*key informan*). Prosedur pengumpulan data dengan cara melakukan observasi langsung dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Profil Niaga diproduksi dengan terencana melalui tahapan-tahapan produksi. Mulai dari menentukan sebuah tujuan yang ingin dicapai, lalu menentukan sebuah ide yang didapat melalui mengumpulkan materi dari klien yang kemudian dikemas menjadi sebuah *script* yang dikerjakan asisten produser yang dibantu oleh peserta magang.