Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Broadcasting*

Edwina Yuanita Prambani

44114010077

Strategi Produksi Iklan Layanan Masyarakat Pada Production House Foernama Brothers

Bibliografi : 5 Bab + 78 halaman + Lampiran + 11Buku + 6 Internet

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi produksi iklan layanan masyarakat, mulai dari pra produksi,produksi hingga pasca produksi. Iklan layanan masyarakat merupakan iklan bersifat non komersil yang didalamnya terdapat pesan-pesan informasi penting dan bermanfaat bagi masyarakat di era millennials.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi Pemasaran Sosial. Teori ini menggabungkan pemahaman massa kini dan massa lalu mengenai efek media kedalam sebuah prespektif global.

Tipe penelitian ini adalah wawancara mendalam mengenai strategi dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode wawancara. Informan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 3 orang yang bekerja di Production House Foernama Brothers.

Dilihat dari informan, strategi Informan berdasarkan Pertanyaan peneliti maupun Jawaban informan Secara keseluruhan. 3 informan menghasilkan jawaban berdasarakan pertanyaan dengan wawancara mendalam tentang Strategi Iklan Layanan Masyarakat Pada Production House Foernama Brothers.

Kata Kunci : Kualitatif, Strategi, Iklan layanan Masyarakat, Produksi.