

ABSTRAK

Nama : Nisa Nursalamah
Nim : 2013-58-092
Judul : “Strategi Kreatif Produser Promo On Air RCTI Program Iron Chef Indonesia”.
Jumlah Halaman : vii, 65 halaman; 1 Bagan; 2 gambar; 1 Tabel; 5 Lampiran
Kata Kunci : Strategi, Kreatif, Produser, Promo On Air
Daftar Pustaka : 35 Buku / 2 Sumber Lain

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Kreatif Produser Promo On Air RCTI Program Iron Chef Indonesia. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus serta observasi dan wawancara mendalam dengan tim kreatif (Dina Maria dan Djon Brendy) dan produser (Boniek Rizkiwan) promo on air RCTI program Iron Chef Indonesia. Hasil penelitian menyatakan dengan banyaknya program reality show saat ini, penggunaan strategi yang tepat akan sangat menentukan kesuksesan program. Setiap program televisi khususnya *reality show* yang diproduksi selalu disupport oleh Divisi Promo On Air dalam perencanaan sebelumnya, selain mensupport program divisi Promo On Air juga mempromosikan program tersebut. Jadi, tugas promo on air adalah bagaimana kita mengkomunikasikan atau mempromosikan sesuatu tentang produk kita kepada konsumen/penonton, yang bertujuan agar dapat menarik perhatian penonton dan penonton ingin menonton program tersebut. Berdasarkan apa yang telah penulis teliti, strategi utama tim kreatif promo on air Iron Chef Indonesia adalah pengumpulan referensi yang banyak dari berbagai sumber untuk mengkombinasi antara informasi tema Iron Chef secara keseluruhan dengan contoh referensi promo Iron Chef yang ada diluar negeri.