

Evaluasi Proses Pengembangan Pesan Periklanan (Suatu Studi Penciptaan Copy Platform Iklan Produk Obat Gelusil II Oleh PT Citra Lintas Indonesia)

Paulus Pool Aliandoe, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284798&lokasi=lokal>

Abstrak

Peran periklanan dewasa ini yang semakin memegang kunci utama atau menjadi ujung tombak dalam penyanapaian informasi dan proses persuasi, khususnya dalam menunjang kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan dan menawarkan sejumlah produk yang akan dilemparkan ke pasaran, menyebabkan lahirnya persaingan yang sangat ketat diantara berbagai biro atau perusahaan periklanan yang ada dan semakin menjamur. Namun biro atau perusahaan periklanan manakah yang mampu memberikan pelayanan secara profesional dalam cara kerjanya, maksudnya mampu menciptakan pesan-pesan iklan yang membangkitkan kesegaran, keunikan, atau menjadi jalan yang efektif dalam menginformasikan produk tanpa mengabaikan kaidah-kaidah etika yang berlaku, masih menjadi pertanyaan besar. Sehingga untuk menjawabnya dibutuhkan suatu evaluasi yang cermat. Begitupun penelitian dalam skripsi ini, dimaksudkan untuk menggambarkan dan menganalisa cara kerja dalam lingkup bagian kreatif di PT Citra Lintas Indonesia, khususnya menyangkut proses pengembangan pesan periklannya, melalui penciptaan sebuah naskah perencanaan kreatif atau copy platform sebagai rencana kerja atau checklist untuk menuntun pengolahan pesan iklan produk obat Gelusil II. Sekaligus sebagai sasaran penelitian dan membatasi daerah penelitian. Data-data yang diperoleh digunakan untuk mendeskripsikan penyusunan isi copy platform ini yang terdiri dari elemen per elemen yang saling berkaitan erat di dalamnya, kemudian data-data tersebut diolah dengan jalan mengkajinya secara praktis, disesuaikan dengan strategi-strategi tepat yang telah direkomendasikan dalam teori Komunikasi Pemasaran dan FCB Planning Model, serta Ketentuan Etika yang berlaku sebagai alat analisisnya atau indikator yang mengukur ketepatan penyusunan atau penciptaan copy platform bersangkutan. Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dan tehnik pengumpulan data yang digunakan melalui jalan wawancara mendalam, Focus Group Discussion (FGD), serta studi kepustakaan. Setelah dilakukan suatu penelitian dan evaluasi, ternyata hasil-hasil atau temuan-temuan yang diperoleh adalah ada segi atau elemen dalam copy platform iklan Gelusil II ini yang masih menyimpang dari alat analisis di atas. Disamping ada segi atau elemen lain yang memang telah sesuai. Jadi dapat disimpulkan bahwa proses pengembangan pesan periklanan dalam menyusun sebuah copy platform untuk menciptakan iklan produk obat Gelusil II oleh PT Citra Lintas Indonesia belum sepenuhnya tepat. Sehingga perlu diadakan beberapa perbaikan untuk menyempurnakannya.