



RINGKASAN

BIAGGI PUTRA ANINDITA. Tugas *Strategic Planner* dalam Proses Produksi Iklan Mitsubishi Xpander Cross di Biro Iklan H:Three. *The Strategic Planner's Task in the Production Process of Mitsubishi Xpander Cross Ad at H: Three Advertising Agency*. Dibimbing oleh Dr. DAVID RIZAR NUGROHO, SS MSi.

Proses penyampaian sebuah pesan, manusia menyampaikannya pesan tersebut melalui medium yang beragam. Komunikasi massa merupakan salah satu kegiatan komunikasi di mana produk-produk informasi diciptakan untuk didistribusikan secara luas dan menyeluruh. Melalui perkembangan teknologi yang kian bertambah, peran media massa dalam proses penyampaian komunikasi massa memiliki peran yang penting. Salah satu produk informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara luas yaitu melalui sebuah iklan. Iklan merupakan produk dari komunikasi massa yang ditujukan kepada sasaran kelompok tertentu dan bertujuan untuk memberikan informasi, serta membujuk calon pembeli. Iklan sendiri merupakan bagian dari bauran promosi dan bauran promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran dalam komunikasi pemasaran. Mitsubishi Xpander Cross yang merupakan salah satu produk terbaru dari Mitsubishi Motors Indonesia diiklankan dan disiarkan melalui media massa televisi. Iklan tersebut diproduksi oleh biro iklan H:Three dimulai dari pra produksi hingga pascaproduksi.

Pengumpulan data dilakukan di kantor H:Three terhitung sejak 17 Juni hingga 16 Agustus 2019, yang berlokasi di Jalan Kyai Maja No. 4, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Indonesia. Penyusunan laporan akhir ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, partisipasi aktif, wawancara, dan studi pustaka.

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk menjelaskan proses produksi iklan Mitsubishi Xpander Cross yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pascaproduksi. Kontribusi *Strategic Planner* dalam merancang suatu ide untuk dijadikan sebagai strategi komunikasi untuk kampanye *brand* atau produk pada tahap praproduksi. Tahap-tahap yang dilalui oleh *Strategic Planner* dimulai dari menentukan target audiens iklan, mencari *consumer insight* yang sesuai dengan kebutuhan iklan, menentukan *product positioning*, dan menjaga arah komunikasi pada iklan tersebut. Hambatan-hambatan beserta solusi yang ditemukan oleh seorang *Strategic Planner* dalam proses produksi iklan Mitsubishi Xpander Cross.

Kata kunci: Biro iklan, iklan, Mitsubishi Xpander Cross, proses produksi