



RINGKASAN

RIYAN DWI TAUFIQILLAH. J3A117309. 2020. Peran *Creative Off Air* Departemen *Marketing Communication* dalam program *Indonesian Idol Seson 10* oleh RCTI. *The Role Of Off Air Creative Marketing Communication Departement In Indonesian Idol Program By RCTI* Dibimbing oleh: WILLY BACHTIAR

Salah satu perusahaan televisi swasta nasional pertama dan terbesar di Indonesia, RCTI sudah sangat dikenal masyarakat. RCTI memiliki sejumlah program acara, salah satunya adalah program ajang pencarian bakat bernyanyi yaitu *Indonesian Idol* yang saat ini masuk musim kesepuluh yang mulai tayang pada tanggal 7 Oktober 2019. Proses audisi pertama digelar di kota besar di Indonesia, yaitu Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Medan dan Jakarta. RCTI memiliki Departemen *Marketing Communication* yang berfungsi untuk mengatur strategi yang efektif dalam penjualan program maupun termasuk juga dalam pemasaran program *Indonesian Idol*. Pada departemen *Marketing Communication* terdapat tim *Creative OffAir* yang berperan dalam membantu penjualan program tayangan RCTI.

Laporan akhir ini berisi penjelasan mengenai peran dari Divisi *Creative Off Air* dalam program *Indonesian Idol*. Laporan akhir ini juga menyampaikan beberapa hambatan yang dihadapi oleh Divisi *Creative Off Air* dalam melaksanakan peran dan tugasnya. Hambatan yang terjadi juga dilengkapi dengan solusi untuk menangani hambatan tersebut. Data pada laporan akhir diperoleh selama mengikuti proses Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Waktu pengumpulan data untuk bahan penulisan laporan akhir ini dilaksanakan pada tanggal 23 Desember 2019 sampai 23 Maret 2020 dimulai pada pukul 10.00 - 18.00 WIB senin s/d jumat. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam proses penyusunan laporan akhir ini adalah observasi langsung, partisipasi aktif, wawancara, diskusi, studi pustaka serta dokumentasi

Simpulan dari laporan akhir ini adalah mengetahui peran Divisi *Creative Off Air* yang terbagi menjadi beberapa tahapan mulai dari permintaan konten, analisis produk konsumen, membuat konten acara dan sampai dengan ditawarkan kepada konsumen, penerapan strategi dan analisis mengenai produk konsumen.

Dalam pelaksanaan program *Indonesian Idol season 10* tidak terlepas dari beberapa masalah yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan program acara RCTI. Hambatan tersebut bisa diselesaikan dengan solusi yang dibuat oleh divisi *creative off air* sehingga pada program selanjutnya hambatan tersebut tidak terulang lagi.

Kata kunci : RCTI, *marketing communication*, *creative*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.