



RINGKASAN

HEIDI SONIA KARLINA NAPITUPULU. Proses Promosi Program Acara Televisi Melalui Media Sosial di Fremantle Indonesia (PT. Dunia Visitama Produksi). *The Process of Television Programs Promotion Through Social Media at Fremantle Indonesia* (PT. Dunia Visitama Produksi). Dibimbing oleh ENDEN DARJATUL ULYA.

Promosi sebagai unsur utama dalam kampanye pemasaran merupakan hal yang penting dilakukan oleh sebuah perusahaan. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk menciptakan pesan yang efektif dan persuasif untuk menarik perhatian konsumen. Fremantle merupakan salah satu *production house* terbesar di dunia dan memiliki mitra lokal di Indonesia, yaitu PT. Dunia Visitama Produksi. Saat ini Fremantle Indonesia menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan program acara televisi yang dihasilkannya. Kegiatan ini dikesampingkan oleh Tim *Social Media* (Tim Sosmed).

Laporan Akhir ini mempunyai dua tujuan. Tujuan yang pertama yaitu untuk menjelaskan tahap-tahap dalam proses promosi program acara televisi melalui media sosial di Fremantle Indonesia (PT. Dunia Visitama Produksi). Laporan Akhir ini juga bertujuan untuk menjelaskan apa saja hambatan yang dihadapi selama proses promosi program acara televisi melalui media sosial di Fremantle Indonesia serta solusi untuk menghadapinya.

Pengumpulan data dilakukan selama 44 hari di Fremantle Indonesia (PT. Dunia Visitama Produksi) yang terhitung sejak tanggal 20 Januari sampai dengan 23 Maret 2019. Pengumpulan data dilakukan pada hari Senin hingga Jumat dengan jam kerja pukul 10.00 sampai dengan 20.00 WIB. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik berpartisipasi secara langsung, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Proses promosi program acara televisi seperti Indonesian Idol, Take Me Out Indonesia, Super Deal Indonesia, dan program acara televisi lainnya melalui media sosial di Fremantle Indonesia (PT. Dunia Visitama Produksi) melekat pada tiga tahapan produksi yang meliputi pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Proses promosi dalam tahap pra produksi meliputi pencarian ide, persiapan alat, *briefing rundown*, hingga penentuan posisi pengambilan gambar. Kegiatan pada tahap produksi yaitu pengambilan gambar atau foto, pengambilan video, proses pemilihan foto dan video, proses editing foto dan video, sampai proses mengunggah (upload) foto dan video. Pada tahap pasca produksi meliputi kegiatan seperti pemindahan data, proses editing video Youtube/Facebook Watch, proses editing *thumbnail* video, proses mengunggah (uploading) video di Youtube/Facebook Watch, proses berpikir kreatif, serta melihat *views* dan *likes*. Selama proses promosi, terjadi beberapa hambatan. Hambatan yang terjadi dapat berupa hambatan teknis maupun hambatan non teknis. Hal ini tentunya dapat ditangani oleh tim beserta pihak lainnya yang terlibat dengan solusi yang terbaik.

Kata-kata Kunci: Fremantle Indonesia, media sosial, promosi