

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial & Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

20140530188

**PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MEDIA TELEVISI
UNTUK PENCEGAHAN HOAKS DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF
SUTRADARA**

Tahun Tugas Akhir : 2018 X + 113 Halaman

Daftar Pustaka : 5 Buku + 4 *website*

Produksi Iklan Layanan Masyarakat untuk pencegahan hoaks di Indonesia dalam perspektif sutradara ini bertujuan untuk menerapkan apa yang sudah didapatkan dalam perkuliahan yang berbentuk teori maupun praktek. Sebagai bentuk gambaran bagaimana seorang sutradara mampu menstransfer sebuah konsep dalam bentuk audio visual namun tidak terlepas dari teori yang telah didapatkan dalam bangku perkuliahan khususnya konsentrasi *advertising*. Memahami fenomena hoaks yang terjadi di Indonesia dan mengolahnya dengan konsep yang telah diberikan dalam bentuk *deck* atau *brief* dari biro iklan maupun seorang *copywriter* iklan agar menjadi sebuah Iklan Layanan Masyarakat yang berguna dan sesuai dengan tujuannya. Fenomena hoaks yang terjadi di Indonesia merupakan modal utama untuk diuraikan dan dipahami agar mempermudah proses kreatif sutradara dalam memproduksi Iklan Layanan Masyarakat untuk pencegahan hoaks di Indonesia sendiri.

Kata kunci : Sutradara Iklan Layanan Masyarakat, fenomena hoaks, Produksi Iklan Layanan Masyarakat.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

The Faculty of Politics & Social Sciences

Communication Study Program

Main field/concentration: Advertising

20140530188

Production of TV-based Advertisement for Hoax Prevention in Indonesia:

On the Perspective of Director

Final Assihnment : 2018 + X + 113 Page

Bibliography : 5 Book + 4 website

This project is aimed to apply both knowledge and practice aspects in describing the way a director is able to transform a theoretical concept of audio-visual media. Understanding hoax phenomena that occur in Indonesia and arranging those based on the concept given by a bereu or a copywriter in the deck or brief formed so it can be a useful and advantageus social advertisement. It is important for a director to insightfully understand the phenomena in order to support director's creative works producing an anti-hoax message.

Keywords: director, social advertisement, hoax phenomena, social advertisement production.