

PROSES PEMBUATAN IKLAN

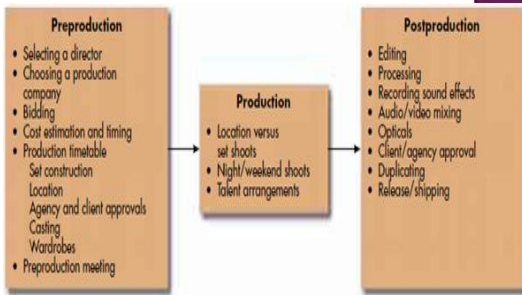


Diyah Ayu Amalia Avina M.Si
FISIP Universitas Brawijaya
d_avina@ub.ac.id

ALUR PROSES PEMBUATAN IKLAN



TAHAP PRODUKSI IKLAN



CREATIVE PROCESS ..(CONT 1)

Beberapa ahli menyatakan proses kreatif dalam agency periklanan terbentuk dari alur sebagai berikut :



Illumination stage : Account Planning

- riset atau proses pencarian informasi yang relevan antara lain mengenai produk yang ingin diiklankan, pemahaman akan klien, pendalaman terhadap keinginan klien, riset mengenai target audience, pesaing dsb

Verification,revision

- Tahapan verification and revision dalam proses kreatif yaitu mengevaluasi data-data yang diperoleh dalam tahap iluminasi, yaitu mengeliminir hal-hal yang dianggap tidak perlu, mempertajam atau focus pada hal-hal yang dianggap menarik dan penting untuk diperhatikan.
- Teknik yang dilakukan termasuk melakukan focus groups untuk evaluasi konsep kreatif, idea tau tema; message communication studies; portfolio tests; dan evaluation measures misalnya viewer reaction profiles.

Copy Platform

- Penulisan **copy platform** merupakan elemen dasar dari **creative strategy**. Agency yang berbeda memberikan nama yang berbeda-beda teradap dokumen ini, misalnya *creative platform* or *work plan*, *creative brief*, *creative blueprint*, or *creative contract*.
- account representative atau manager biasanya yang bertanggung jawab dalam menyiapkan copy platform.
- dalam agency yang besar, biasanya terdapat divisi riset tersendiri atau strategic account planning department yang memformulasikan copy platform.

BRIEF (COPY PLATFORM)

CREATIVE BRIEF

Brief digunakan sebagai data awal dalam menentukan kreatif iklan yang hendak dibuat. Pada dasarnya brief mencakup beberapa hal, antara lain :

- Penjelasan Produk
- Pengumpulan data
- Sasaran
- Memposisikan merek
- Agency task
- Kreativitas pesan iklan

