

DMH2H4 – Periklanan dan Promosi Penjualan

9. Perusahaan Periklanan

Fanni Husnul Hanifa, SE., MM

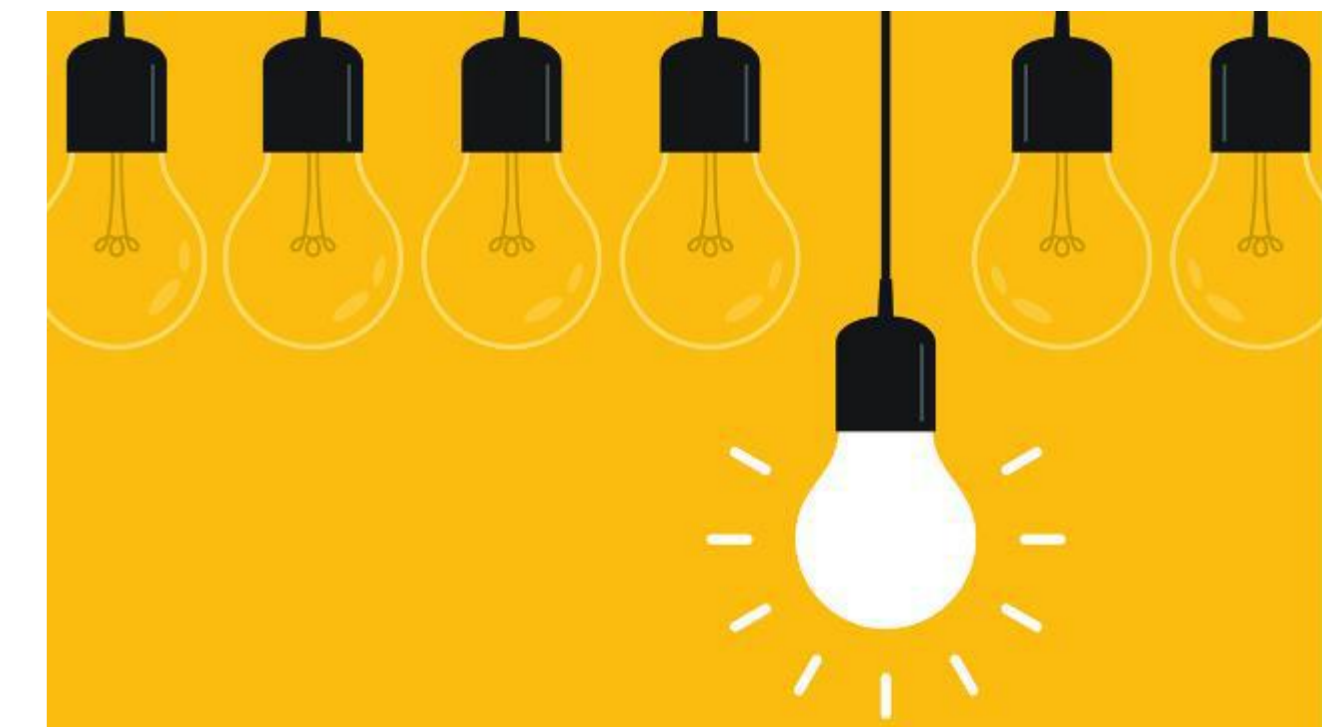
Widya Sastika, ST., MM



D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan

LEARNING OBJECTIVE

1. Mahasiswa dapat memahami Ruang Lingkup Perusahaan Periklanan
2. Mahasiswa dapat memahami Peserta IMC
3. Mahasiswa dapat memahami Departemen Iklan dan Promosi
4. Mahasiswa dapat memahami Perusahaan Iklan
5. Mahasiswa dapat memahami Kompensasi Perusahaan Iklan
6. Mahasiswa dapat memahami Evaluasi Perusahaan Iklan
7. Mahasiswa dapat memahami Perusahaan Jasa Khusus





Organisasi Peserta IMC

```
graph LR; A[Organisasi Peserta IMC] --- B[1. Pemasang iklan/ klien]; A --- C[2. Perusahaan/ biro iklan]; A --- D[3. Perusahaan media massa]; A --- E[4. Organisasi komunikasi pemasaran khusus atau SMCO]; A --- F[5. Jasa Kolateral (Collateral service)];
```

1. Pemasang iklan/ klien

2. Perusahaan/ biro iklan

3. Perusahaan media massa

4. Organisasi komunikasi pemasaran khusus atau SMCO

5. Jasa Kolateral (Collateral service)



DEPARTEMEN IKLAN
& PROMOSI

Sistem Terpusat

Sistem Desentralisasi

Biro Iklan Internal



Sistem Organisasi Sentralisasi

Keuntungan	Kerugian
1. Memudahkan komunikasi	1. Pemahaman yang rendah terhadap tujuan pemasaran
2. Tidak membutuhkan banyak orang	2. Pemberian tanggapan lebih lama
3. Kontinuitas staf/ pegawai	3. Tidak mampu menangani berbagai merk produk berbeda
4. Keterlibatan manajemen puncak lebih mudah	



Sistem Organisasi Desentralisasi

Keuntungan	Kerugian
1. Perhatian pada merk tinggi	1. Pengambilan keputusan tidak efektif
2. Masalah dan peluang yang muncul dapat ditanggapi dengan cepat	2. Dapat muncul konflik internal
3. Fleksibilitas tinggi	3. Salah penempatan anggaran
	4. Tidak memiliki cukup wewenang



Sistem Organisasi Biro Iklan Internal

Keuntungan	Kerugian
1. Penghematan biaya	1. Kurang pengalaman
2. Kontrol lebih besar	2. Kurang objektivitas
3. Meningkatkan koordinasi	3. Kurang fleksibilitas



PERUSAHAAN IKLAN

Biro iklan merupakan suatu organisasi jasa yang mengkhususkan diri dalam merencanakan dan melaksanakan program periklanan bagi klien yaitu perusahaan yang menggunakan jasa biro atau perusahaan iklan eksternal

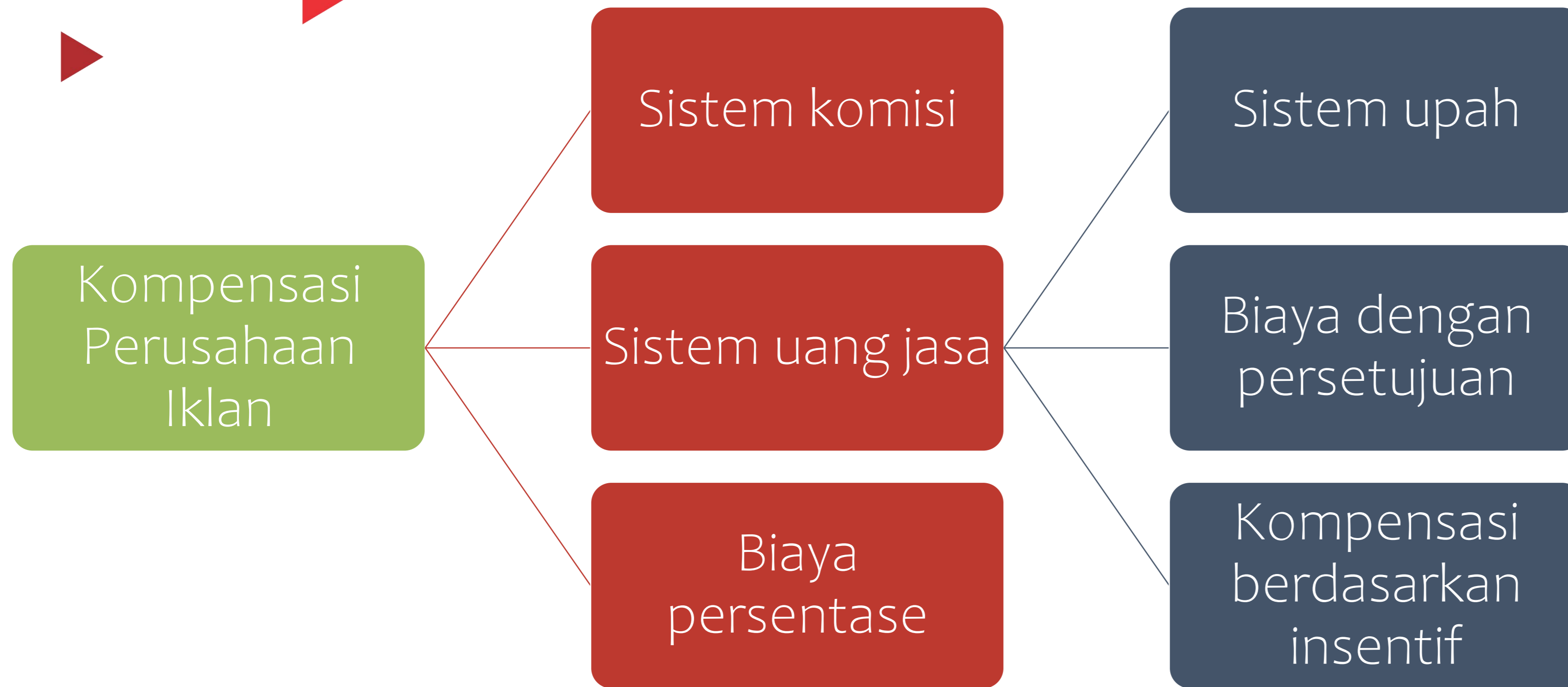


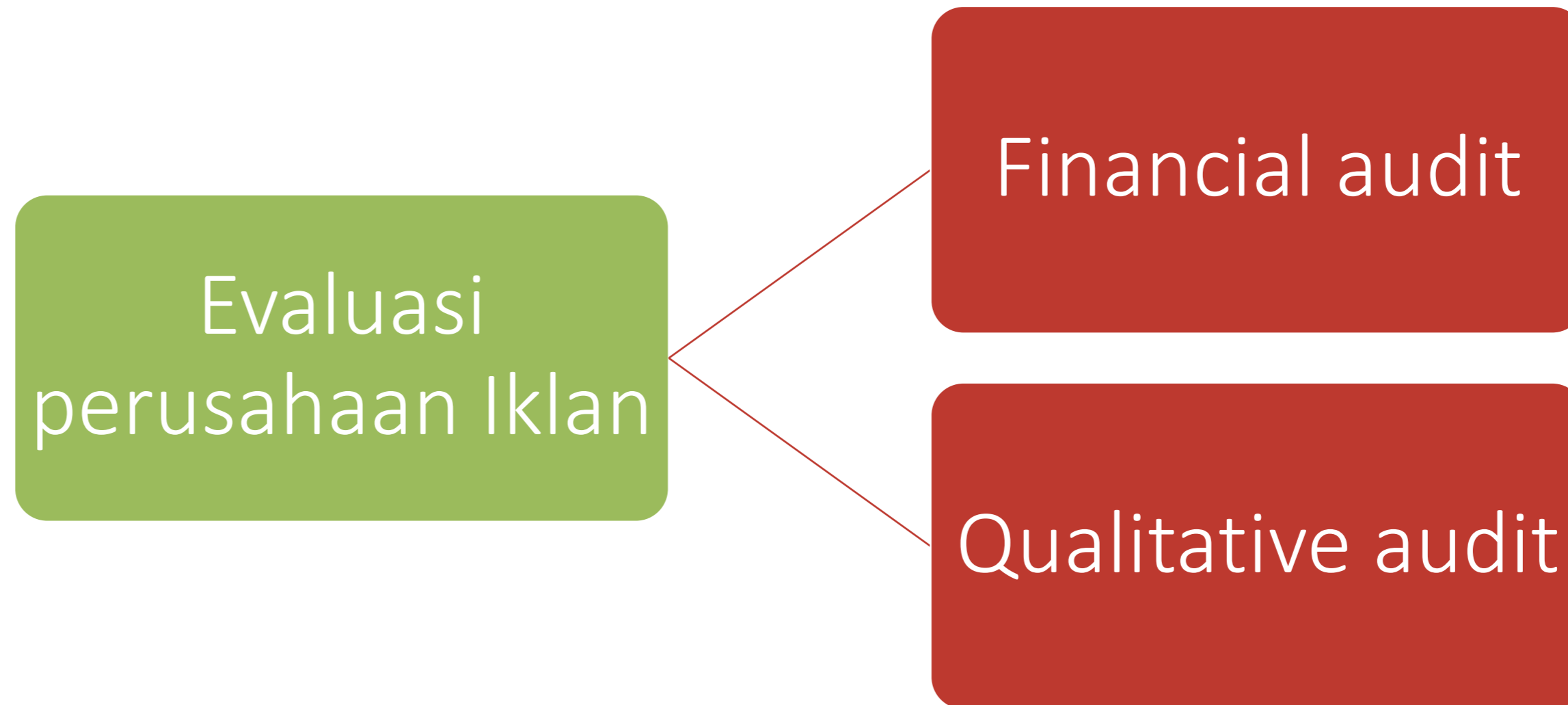
Perusahaan Iklan

Full service agency

Limited service
agency







Hasil dari Evaluasi Perusahaan Iklan

Kehilangan klien



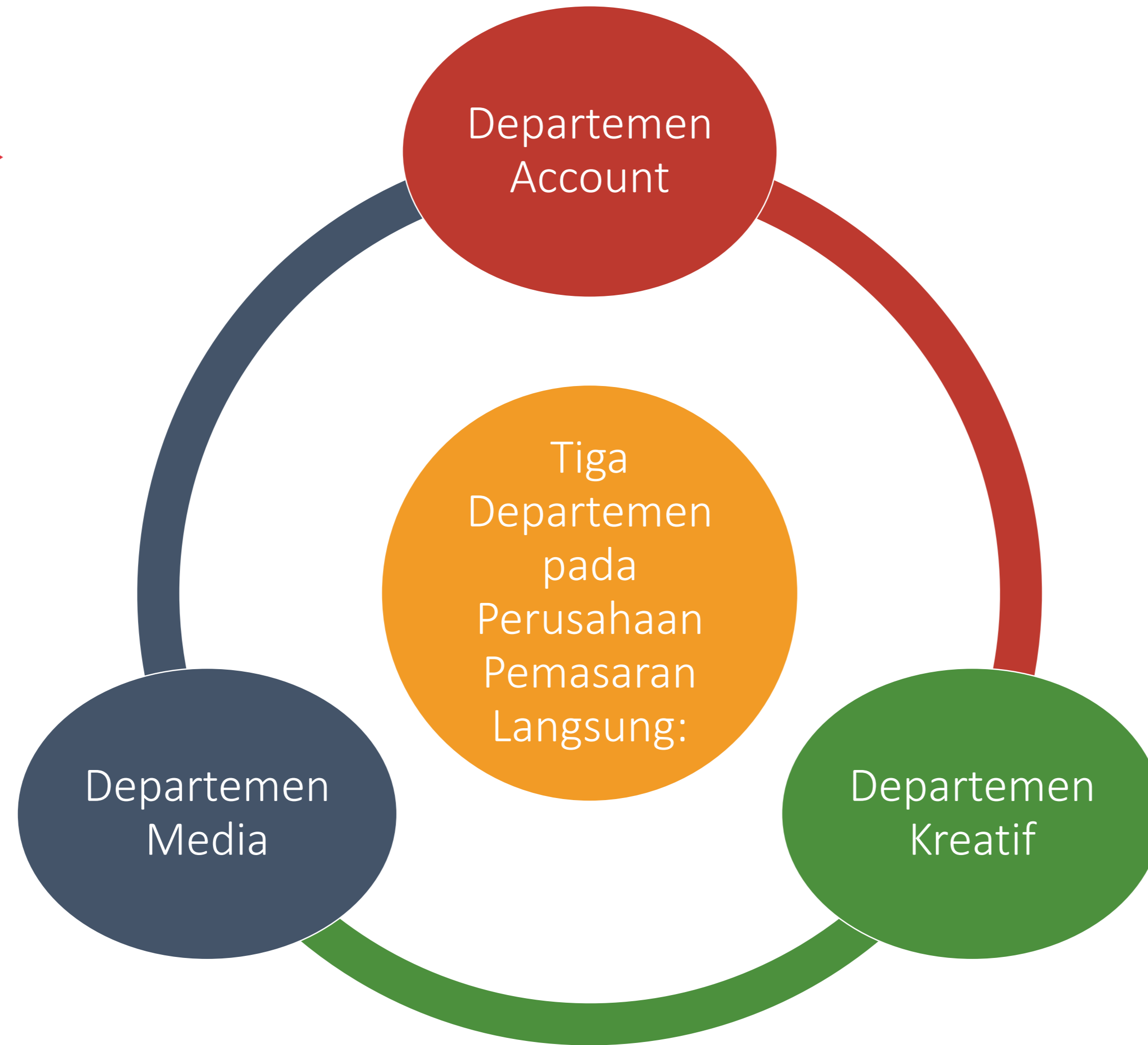
Mendapatkan klien baru



Jasa Khusus

- Pemasaran Langsung
- Promosi Penjualan
- Hubungan Masyarakat





Jasa yang disediakan Perusahaan Promosi Penjualan

Perencanaan
promosi
penjualan

Jasa kreatif

Riset

Desain Produk
Premium

Promosi Katalog

Manajemen
Kontes & Undian

Kegiatan Perusahaan Humas

Perencanaan
Strategi dan
Program Humas

Membuat Publikasi
pada Media Massa

Melaksanakan lobi
dan melakukan
kegiatan
kemasyarakatan

Ikut terlibat dalam
event komunitas

Mempersiapkan
siaran pers serta
bentuk-bentuk
komunikasi lainnya

Melakukan riset

Melaksanakan
promosi

Menggelar acara-
acara khusus

