JENIS-JENIS IKLAN

Bermacam-macamnya tujuan dari sebuah iklan yang dibuat oleh sebuah perusahaan maka berdampak pada berbedanya jenis-jenis dari sebuah iklan. Iklan yang sering muncul diberbagai media dan umumnya dibuat oleh perusahaan periklanan adalah sebagai berikut:

a. Iklan Komersial

Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan komersial ini sendiri terbagi menjadi beberapa macam, yaitu (Lwin & Aitchison. 2005):

1. Iklan Strategis

- Digunakan untuk membangun merek. Hal itu dilakukan dengan mengkomunikasikan nilai merek dan manfaat produk.
- Perhatian utama dalam jangka panjang adalah memposisikan merek serta membangun pangsa pikiran dan pangsa pasar.
- Iklan ini mengundang konsumen untuk menikmati hubungan dengan merek serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi para pengguna.

2. Iklan Taktis
Memiliki tujuan yang mendesak.

- Iklan ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu.
- Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama.

B. Iklan Corporate

- Iklan yang bertujuan membangun citra suatu perusahaan yang pada akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut (Madjadikara, 2004).

- Iklan Corporate akan efektif bila didukung oleh fakta yang kuat dan relevan dengan masyarakat, mempunyai nilai berita dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Iklan Corporate merupakan bentuk lain dari iklan strategis ketika sebuah perusahaan melakukan kampanye untuk mengkomunikasikan nilai-nilai korporatnya kepada publik (Lwin & Aitchison, 2005).

- Iklan Corporate sering kali berbicara tentang nilai-nilai warisan perusahaan, komitmen perusahaan kepada pengawasan mutu, peluncuran merek dagang atau logo perusahaan yang baru atau mengkomunikasikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

c. **Iklan Layanan Masyarakat**

- Iklan Layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye social marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat (Madjadikara, 2004).

- Biasanya pesan Iklan Layanan Masyarakat berupa ajakan, pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang tidak baik supaya menjadi lebih baik, misalnya masalah kebersihan lingkungan, mendorong penghargaan terhadap perbedaan pendapat, keluarga berencana, dan sebagainya (Madjadikara, 2004).

- Iklan layanan masyarakat juga menyajikan pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang dapat mengancam keserasian dan kehidupan mereka secara umum (Kasali, 1992). Pesan tersebut dengan kata lain bermaksud memberikan gambaran tentang peristiwa dan kejadian yang akan berakibat pada suatu keadaan tertentu, baik yang bersifat positif maupun negatif.

- Pada awal perkembangannya iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penataan yang ketat, perencanaan pesan yang rumit, pemilihan media yang sesuai, sampai pada penentuan target audiens maupun pemilihan tempat dan waktu yang benar-benar tepat (Liliweri, 1992).

- Namun seiring berkembangnya dunia periklanan dan semakin banyaknya perusahaan yang membuat Iklan layanan masyarakat disertai dengan perubahan paradigma dalam menciptakan pesan-pesan sosial maka iklan layanan masyarakat juga harus dibuat secara profesional seperti iklan komersial (Roman, Maas & Nisenholtz, 2005).

Jenis-jenis Iklan Secara Teoritik

- **Iklan Standar**

  Memperkenalkan batang/jasa dengan tujuan untuk merangsang minat pembeli

- **Iklan Layanan Masyarakat**

  Iklan bersifat non profit dengan tujuan memberi informasi dan pendidikan kepada masyarakat

Pembagian Secara Umum

1. Iklan Tanggung Jawab Sosial

- **Iklan Anjuran**

  Iklan yang pesannya menganjurkan secara tegas kepada masyarakat tentang suatu tindakan.

- **Iklan Penggambaran Sosial**

  Iklan yang pesannya memberikan sebuah gambaran tentang suatu peristiwa yang berakibat pada suatu keadaan tertentu.

2. Iklan Bantahan

Iklan untuk membantah dan memperbaiki citra suatu produk yang namanya tercemar di masyarakat akibat informasi yang salah

3.Iklan Pembelaan

Iklan untuk membela keberadaan produk dari pengajuan atau klaim pihak lain, contoh : hak paten

4. **Iklan Perbaikan**

Iklan yang memperbaiki pesan-pesan tentang produk tertentu yang salah dan terlanjur disebarkan melalui media massa

5. Iklan Keluarga

Iklan yang pesannya merupakan pemberitahuan tentang suatu peristiwa kekeluargaan kepada keluarga atau khalayak lain.

Pembagian Secara Khusus

- Iklan Berdasarkan Khalayak Sasaran

1. Iklan berdasarkan khalayak sasaran

   Iklan Konsumen : iklan secara khusus disebarluaskan melalui media massa tertentu untuk para pemakai suatu produk.

   Iklan Bisnis : iklan yang diarahkan kepada mereka yang mempunyai bisnis, usaha dagang yang berkaitan dengan produk tersebut.

2. Iklan Berdasarkan Khalayak Sasaran Geografis

- Iklan Internasional
- Iklan Nasional
- Iklan Regional
- Iklan Lokal

Iklan Berdasarkan Penggunaan Media

Above The Line

- Televisi
- Radio
- Surat Kabar
- Majalah

Bellow The Line

Media Literatur

- **Brosure**
- **Katalog**
- **Leaflet**
- **Pamplet**

Media Udara

- Balon Udara
- Spanduk Udara

Media Pajang

- Kemasan
- Maskot
- Model
- Mobil
- Stiker
- Gimick