BAB II
TINJAUAN UMUM ADVERTISING

II.1. Pengertian Advertising

Advertising berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan penjualan yang diarahkan kepada masyarakat melalui cara-cara yang persuasif yang bertujuan menjual barang, jasa atau ide. Sebagai media dari advertising ialah surat kabar, majalah, surat (direct mail), TV, radio, bioskop, papan reklame, car card, lampu lampu, katalogus buku, telepon dan sebagainya. Pemilihan media advertising yang akan digunakan, akan tergantung kepada :

1. Daerah yang akan dituju.
2. Konsumen yang diharapkan.
3. Appeal (daya tarik) yang digunakan oleh media-media tersebut.
4. Fasilitas yang diberikan oleh media-media tersebut dalam hal biaya.

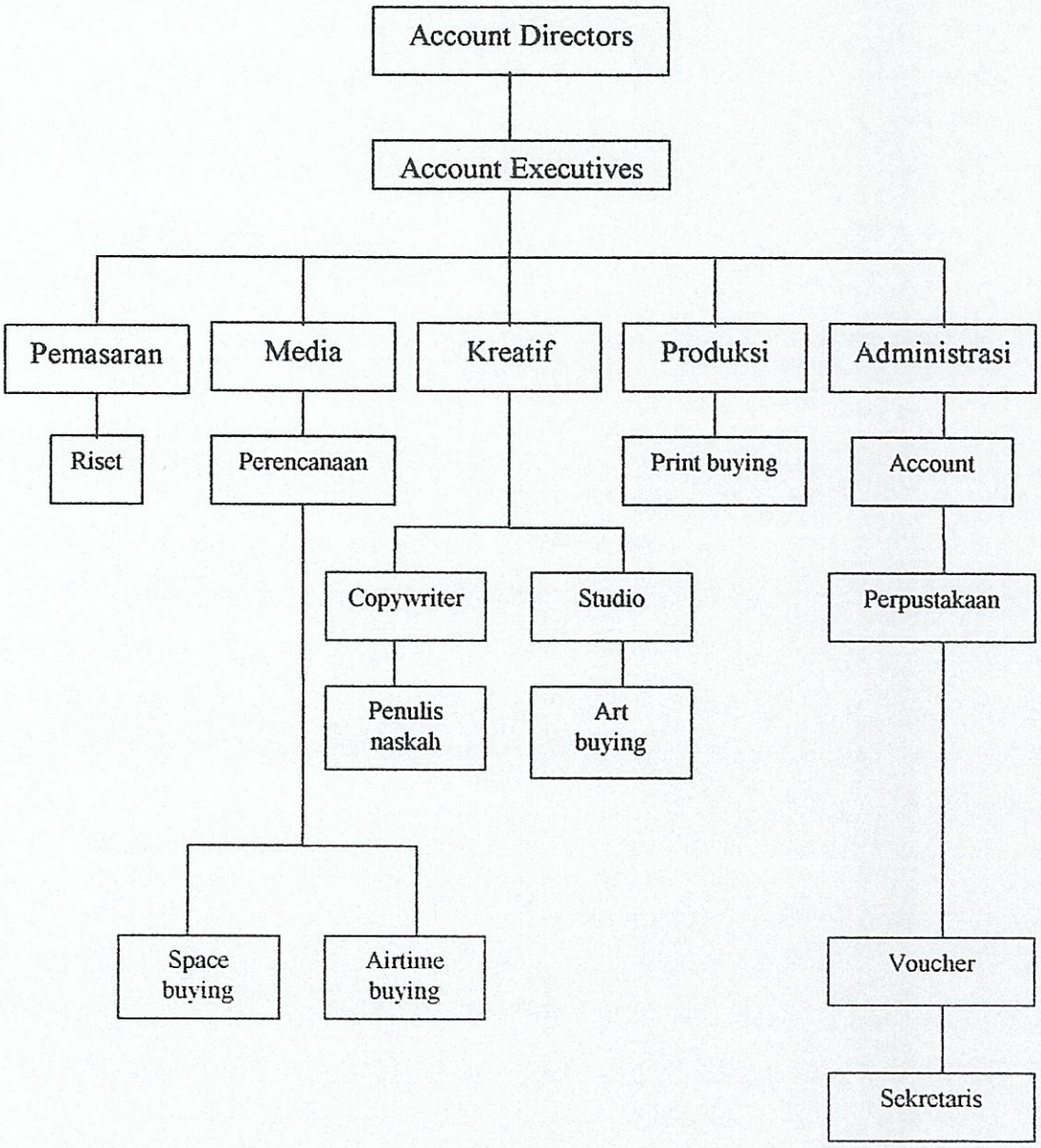
II.2. Karakteristik Advertising

Dalam menjalankan tugasnya sebagai perantara antara pemasang iklan dan pemilik media, peranan biro iklan dapat dibagai menjadi dua, Yaitu :

1. Advertising / biro iklan menawarkan pada klien, jasa sebuah tim profesional yang amat terlatih dalam bidang advertising, juga staf yang terlatih untuk menyediakan layanan-layanan pelengkap, seperti produksi film dan video, penanganan aspek-aspek kreatif dan seni, fotografi, urusan percetakan, setting, riset pemasaran, dan sebagainya.
2. Biro iklan menawarkan pada media suatu cara yang ekonomis untuk membeli dan menjual ruang dan waktu siaran iklan, karena dengan cara itu para pemilik media cukup berurusan dengan dengan biro-biro iklan yang

jumlahnya relatif sedikit dibanding dengan melayani secara langsung ribuan pemasang iklan yang ada.

II.3. Struktur Organisasi Ideal



Bagan II.1. Struktur Organisasi Ideal

II.4. Tipe Advertising

1. Price advertising, yaitu advertising yang menonjolkan harga yang menarik.
2. Brand advertising, yaitu yang memberikan impressi tentang nama brand kepada pembaca atau pendengarnya.
3. Quality advertising, yaitu yang mencoba menciptakan impressi bahwa produk yang direklamekan mempunyai mutu yang tinggi.
4. Product advertising, yaitu berusaha mempengaruhi konsumen dengan faedah-faedah dari pemakaian suatu produk.
5. Institusional advertising, yaitu menonjolkan nama dari perusahaan dengan harapan agar konsumen mempunyai kesan yang mendalam tentang nama perusahaan tersebut, sehingga ini merupakan jaminan mutu.
6. Prestige advertising, yaitu yang berusaha memberikan fashion pada suatu produk atau mendorong masyarakat mengasosiasikan produk tersebut dengan kekayaan atau kedudukan.

II.5. Definisi Proyek

Proyek merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu yang telah di jadwalkan melalui kontrak kerja dan di kerjakan dengan alokasi sumber daya terbatas.

Ciri proyek sebagai berikut :

1. Memiliki tujuan khusus, produk akhir atau hasil kerja akhir.
2. Dalam proses mencapai tujuan di atas, telah di tentukan jumlah dan jadwal.
3. Bersifat sementara, dalam arti umumnya dibatasi oleh selesainya tugas.
4. Non – rutin, tidak terus menerus, proyek yang satu memiliki perbedaan dengan proyek yang lain.

II.6. Sistematika Proyek

Sistematika proyek adalah sebagai berikut :

1. Penetapan tujuan dan fungsi proyek secara obyektif.
2. Perencanaan strategi, meliputi :

a. Perencanaan dan pengambilan keputusan penting yang berpengaruh besar dalam penyelenggaraan proyek.
b. Disiapkan oleh *"Corporate Planner"* pemilik proyek, dengan petunjuk pemilik perusahaan.
c. Dikembangkan dalam tehap konseptual, pemasaran, pendanaan, dll.

Lingkup pekerjaan meliputi :

a. Menentukan kelangsungan atau pembatalan kegiatan proyek pada tahap berikutnya, setelah mempelajari hasil-hasil studi kelayakan.
b. Meletakan dasar-dasar filosofi desain.
c. Menentukan bobot sasaran proyek.
d. Membuat garis besar anggaran dan jadwal.
e. Menentukan personil pelaksanaan implementasi proyek.
f. Memilih macam kontrak.

3. Pelaksanaan operasional meliputi :
   a. Merupakan perencanaan terperinci yang diperlukan untuk mencapai sasaran strategi.
   b. Dipersiapkan oleh manajer proyek dan tim inti proyek.
   c. Produk utamanya adalah implementasi proyek yang berisi :
      - Informasi umum kontrak.
      - Uraian jadwal induk dan pekerjaan utama proyek.
      - Program pengendalian dan rencana implementasi (biaya, jadwal, mutu) kegiatan thumbnail, dummy, komputerisasi dan desain akhir.
      - Organisasi peserta, fungsi, dan posisi kunci.
      - Garis besar prosedur kerja, koordinasi antara peserta proyek.
   d. Unsur-unsur perencanaan operasional proyek meliputi :
      - Perencanaan lingkup royek.
      - Perencanaan mutu yang diharapkan.
      - Perencanaan jadwal kerja.
      - Perencanaan sumberdaya meliputi :
        - Sumberdaya manusia (SDM) : tenaga kerja dan tenaga ahli.
        - Sumberdaya non SDM : tenaga kerja dan tenaga ahli.

4. Menyusun jadwal utama dan anggaran meliputi :
    a. Mengidentifikasi lingkup proyek.
    b. Menguraikan menjadi komponen-komponen lingkup pekerjaan.
    c. Menentukan urutan lingkup pekerjaan berdasarkan skala prioritas dan logika ketergantungan orang untuk menyelesaikan suatu kegiatan.
    d. Mengidentifikasi jalur kritis yang menggunakan sistem CPM (Critical Path Mathode).
    e. Mengidentifikasi float yang dimiiki.
    f. Menganalisa biaya dan jadwal yang terbaik.
    g. Mengoptimalisasikan pemakaian SDM dan alat.
5. Strategi penyusunan anggaran biaya proyek.

    Biaya perencanaan dan pelaksanaan

    a. Modal tetap.

        Modal tetap adalah bagian dari biaya proyek yang dipakai untuk membuat konsep desain atau menghasilkan desain proyek yang di inginkan, nilai dari pengeluaran studi kelayakan, konsepsi, thumbnail, komputerisasi, sampai desain akhir. Modal tetap dibagi dua yaitu :

        - Biaya langsung adalah biaya untuk segala sesuatu yang akan menjadi komponen permanen hasil akhir proyek.
        - Biaya tidak langsung adalah pengeluaran untuk manajemen, supervise, dan pembayaran material serta jasa untuk pengadaan proyek yang tidak akan menjadi instalasi atau produk permanen, tetapi di perlukan dalam rangka proses pembuatan proyek.

    b. Modal kerja.

        Modal kerja diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pada tahap awal operasi, serta biaya operasional, biaya persediaan bahan dan upah desainer pada awal operasi, biaya peralatan gambar untuk keperluan operasi selama kurang lebih satu tahun.