BAB III. TINJAUAN PERUSAHAAN
PT. TAYANG VISI APLIKASI DIGITASI (TVaD)

PT. Tayang Visi Aplikasi Digitasi atau TVaD didirikan dihadapan Notaris Wiratni Ahmadi, SH dengan akte Notaris No. 38. Adalah *advertising agency* atau biro iklan ***through the line agency*** yang memberikan pelayanan jasa *advertising*, *promotional mix* dan desain komunikasi yang komprehensif untuk membantu menciptakan ***coorporate image*** dan ***product image*** melalui konsep *advertising above the line* dan *below the line*.

1. ***Above the line :***
   - TV Commercial
   - Print-ad (surat kabar, majalah, tabloid)
   - Radio (ad-lips)
2. ***Below the line :***
   - Marketing kits
   - Annual report
   - Video profile
   - CD interactive
   - Website
   - Brosur
   - Leaflet
   - Poster
   - Greeting cards, visiting cards
   - Booklet
   - Paper bag and packaging

Dengan memiliki tim kreatif yang berlatar belakang pendidikan *Graphic design*, *Industrial design* dan berpengalaman langsung. Memanfaatkan sepenuhnya keunggulan teknologi komputer graphic dalam proses kreatif sehingga memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan. Dalam memanfaatkan perkembangan dan kemampuannya, **PT. Tayang Visi Aplikasi Digitasi (TVaD)** telah mendapatkan kepercayaan dan klien tetap

dari perusahaan serta instansi terkemuka dalam menangani pembentukan citra perusahaan maupun produknya.

III. 1. Profil dan Data Perusahaan

TVaD Advertising Agency

Nama Perusahaan	PT. Tayang Visi Aplikasi Digitasi / TVaD
Alamat	Jl. Prof. Dr. Surya Sumantri Komplek Setrasari Mall Blok C1 No.69 Bandung 40163
Telepon	022-2007386, 022-2015860
Fax	022-2015860
E-mail	tvad@melsa.net.id
Pimpinan	Tia Martiana
Akte Notaris nomor	38 Dikeluarkan oleh Notaris Wiratni Ahmadi, SH
SIUP nomor	118-770/10-25/PK.II/1994
NPWP	1.644. 142.0-428
PKP nomor	424.04256. 12.93
TDP nomor	10111804505
TDR nomor	01697/1/10.23/510.503/PEREK/I/95
Referensi Bank	Bank Lippo cabang Gatot Subroto Bandung Bank BNI 46 cabang Perintis Kemerdekaan Bandung

III. 2. Tenaga Ahli TVaD

No.	Nama Tenaga Ahli	Jabatan
1.	Irvan A Noe'man, M.ID	Senior Consultant / president of BD+A
2.	Institut Teknologi Bandung	Design Consultant
3.	Rhode Island School of Design, USA	Design Consultant

4.	Tia Martiana PAAP-UNPAD	Director of PT TVaD
5.	Syarifful Nataadiningrat, SH Univ Katolik Parahyangan	Creative Director
6.	Dina Danubrata, SH Univ Padjadjaran	Account Director
7.	Rina Fitriana, S.sos Univ Islam Bandung	Account Executive
8.	Sandra Jendrias Verra, S.sos Univ Islam Bandung	Media Buyer / Planner
9.	Wini Aditya Ruchiyat, Am.d Univ Padjadjaran	Assistant Media Planner
10.	Hendra Gunawan, S.Dkv Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia	Art Director
11.	Irwan Tarmawan, S.Dkv Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia	Art Director
12.	Moch. Andriansyah Novyana, Am.d Univ Padjadjaran	Copywriter
13.	Riva Tufail Institut Pertanian Bogor	Assistant Designer
14.	Gamilah Pahlawati	Assistant Designer
15.	Dasep Komarullah Institut Pertanian Bogor	Visualizer
16.	Drs. Adrianus Kristianto Institut Teknologi Bandung	Product / Interior Design
17.	A.A.P Yudhana, S.kom Univ Indonesia	Programmer
18.	Yuni Mulyani, SH Univ Pasundan	Traffic

19.	Lenni Marlina Sianturi, Am.d PKN LPKIA Bandung	Financial Officer
20.	Tuti Wiratna K, SE Univ Jayabaya	Financial Officer

III. 3. Struktur Organisasi Perusahaan

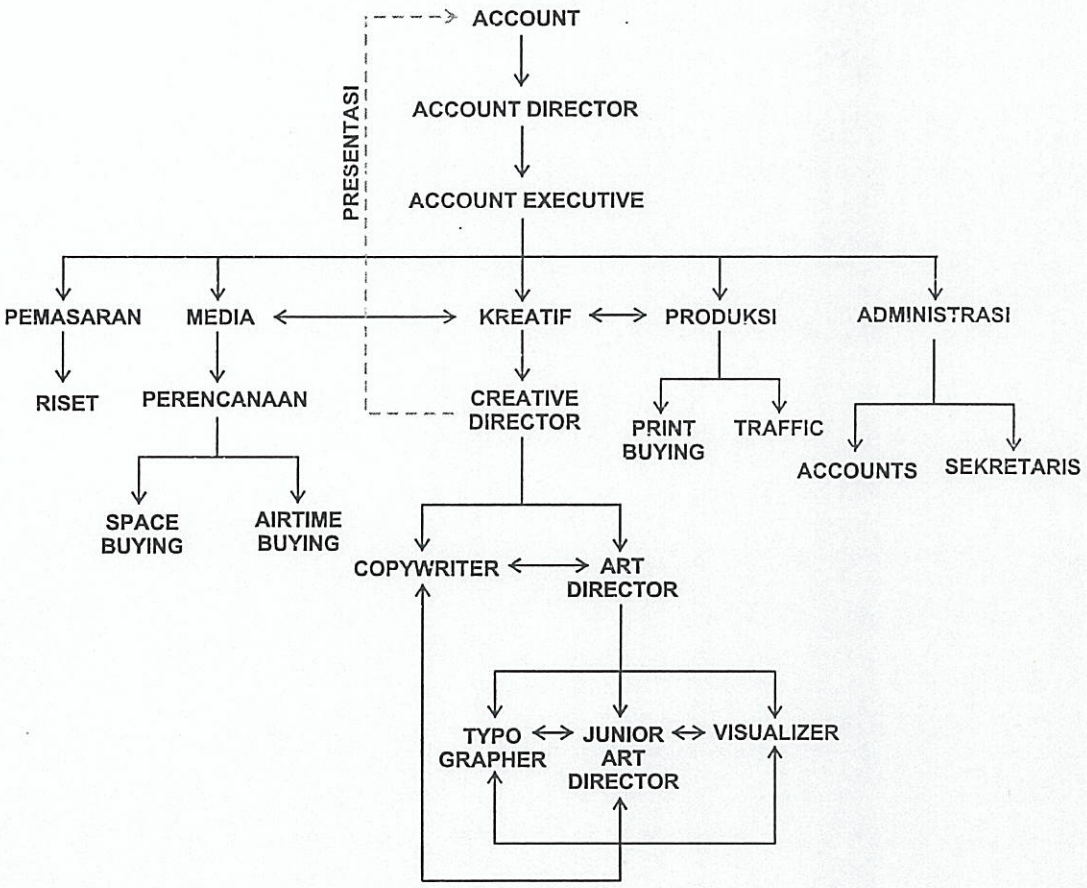
Strategi pemasaran banyak berkaitan dengan komunikasi. Periklanan merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka apa yang harus dilakukan dalam kegiatan periklanan tentu saja harus lebih dari sekedar memberikan informasi kepada khalayak. PT. Tayang Visi Aplikasi Digitasi (TVaD) sebagai perusahaan periklanan harus mampu membujuk khalayak ramai agar berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan untuk mencetak penjualan dan keuntungan melalui *advertising* atau iklan yang mereka produksi. Singkatnya, harus dapat mempengaruhi pemilihan dan keputusan pembeli.

Perlu diingat pemeliharaan hubungan yang harmonis dan baik antara *account* (klien) dan biro iklan bukanlah pekara yang sepele, mengingat begitu banyaknya sumber konflik potensial. Sebagai akibatnya, jarang sekali ada biro iklan yang bisa mempertahankan seorang klien sampai bertahun-tahun. Salah satu sebab putusnya hubungan adalah adanya pergantian personil di salah satu atau kedua belah pihak, dan pepatah " Sapu yang baru akan menyapu lebih bersih " sering terjadi dalam hubungan klien dan biro iklan. Tidak mudah bagi sebuah biro iklan untuk senantiasa mendapatkan ide-ide baru yang cemerlang. Kesulitan ini bukan urusan para klien sehingga mereka pun suka berganti biro iklan demi mencari ide-ide segar. Untuk itulah diperlukan tim yang *qualified* dan *had a great experiences* didalam sebuah biro iklan.

Unsur penting bagi terselenggaranya hubungan manajerial yang baik antara PT. Tayang Visi Aplikasi Digitasi (TVaD) dengan kliennya adalah keberadaan *Account Executive* (AE). PT. TVaD menyebut para *Account*

*Executive*nya sebagai *representative*. Tugas utamanya adalah menjaga hubungan antara PT. TVaD dengan perusahaan klien. Namun hal ini tidak berarti ia sekedar sebagai perantara. Seorang *Account Executive* harus terampil dalam memaparkan proposal-proposal, ide-ide, cakupan serta kualitas kerja biro iklannya kepada klien, ini merupakan fungsi yang halus dan menuntut kecakapan diplomatis.

Struktur dan alur kerja departemen-departemen PT. TVaD



III. 4. Penghargaan yang Diterima PT. TVaD

Upaya ekstra yang optimal dalam menyusun komunikasi yang terkonsep mengantarkan PT. TVaD sebagai sebuah perusahaan periklanan

anggota Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) No. JB. AA-94. 012 berafiliasi bersama BD+A Design Consultant memperoleh penghargaan tertinggi pada :

1. CITRA PARIWARA '98 – PPPI dalam kategori Iklan Telekomunikasi Terbaik. Meraih penghargaan perak.
2. CITRA PARIWARA '98 – PPPI dalam kategori Iklan Berbahasa Indonesia Terbaik. Meraih penghargaan emas.
3. CITRA PARIWARA '98 – PPPI dalam kategori Iklan Daerah Terbaik. Meraih penghargaan emas.
4. CITRA PARIWARA '97 – PPPI dalam kategori Iklan Telekomunikasi Terbaik – PT. TELEKOMUNIKASI. Meraih penghargaan perak.
5. *Award for Greetung Cards Series*, Scopa 95, 1996.
6. *Award for Poster Series*, *HOW Magazine* 1994, untuk 5 poster promosi pariwisata Indonesia.
7. Pemenang "*Convence in Asia 1993 Logo Competition*" yang diadakan *Asian Association Convention and Visitor Bureau*, 1993.
8. *Merit for Bussiness Collateral, HOW Magazine*, 1993, untuk cek dan bilyet giro Citibank.
9. *Merit for Graphics, MND International Design Award* '93, untuk *cover, leaflet* Citibank.
10. *Merit for Image Processing, MND International Design Award* '93, untuk kartu Tahun Baru Old and New.
11. *Merit for Desktop Publishing, HOW Magazine* 1992, untuk buku "Nafas Islam Kebudayaan Indonesia".

III. 5. Jenis Pekerjaan Yang Diterima

Penulis selaku praktikan di **PT. Tayang Visi Aplikasi Digitasi (TVaD)** ditempatkan pada posisi sebagai *Junior Art Director / Assistant Art Director.* Bersama-sama tim kreatif bekerja secara optimal dan bertanggung jawab atas isi iklan dan *Ad Campaign* yang dikerjakan, disini penulis bekerja sebagai satu tim.

Bekerja didalam satu tim kreatif di sebuah perusahaan periklanan (biro iklan) merupakan suatu tantangan. Dimana kita sebagai personil yang terlibat langsung didalamnya dituntut untuk selalu memunculkan ide-ide kreatif dan menciptakan komunikasi yang efektif. Terkadang iklan yang dirancang harus cerdik serta menyentuh emosi pemirsanya, sehingga senantiasa diingat. Tetapi pengiklan tidak seharusnya berharap seluruh sosok iklannya akan diingat konsumen. Kalau konsumen bisa mengingat sebagian dari tanda-tandanya, seperti gambarnya atau kata-katanya yang menarik atau hiasannya yang unik (bukan nama pengiklan atau penawaran yang diajukannya) sudah cukup, karena pada akhirnya jika seseorang mengingat tanda-tanda khas dari suatu iklan ia akan terdorong untuk mengingat dan mengidentifikasikan hal-hal penting lainnya yang tertera pada iklan tersebut.

Satu kampanye iklan yang paling brilian justru bisa didasarkan pada hanya beberapa patah kata yang sangat sederhana. Para konsumen jarang sekali bersedia menyediakan waktu yang cukup lama untuk memperhatikan sebuah iklan. Biasanya mereka melihat (iklan media cetak), mendengar (iklan radio), atau menyaksikannya (iklan televisi) secara sambil lalu saja. Karena itu pesan harus dibuat sesederhana mungkin namun mampu memberikan dampak seketika.