BAB II. TINJAUAN PERUSAHAAN PERIKLANAN
(*ADVERTISING AGENCY*)

Sebuah perusahaan periklanan (biro iklan) atau *advertising agency* terdiri dari tenaga-tenaga profesional yang melayani klien-klien mereka yang lazimnya disebut *account*. Penggunaan istilah *account* disini tidak ada hubungannya dengan akuntansi. Sebuah *account* di dalam dunia periklanan adalah seorang (atau sebuah perusahaan) pemasang iklan yang memahami dan membutuhkan jasa biro iklan, yang nantinya akan menjalin kerja sama dengan pemilik media yang menyediakan ruang atau waktu siaran iklan. Tritunggal inilah yang membentuk bisnis periklanan, yakni pemasang iklan, biro iklan, dan pemilik media. Secara umum, sebuah perusahaan periklanan (biro iklan) bekerja sebagai perantara, tepat pada posisi tengah diantara mereka yang ingin memasang iklan, dan mereka yang menyediakan media atau tempat untuk memasang iklan.

Peran utama sebuah biro iklan adalah merancang (mempersiapkan), dan melaksanakan kampanye periklanan para klien (*account*)nya. Namun demikan, cakupan peran biro iklan kian bervariasi dewasa ini, tergantung pada jenis biro iklan itu sendiri. Ada biro iklan yang menyediakan semua jenis layanan, ada yang hanya menawarkan media, ada yang hanya merancang iklan, dan ada pula yang menawarkan layanan khusus.

II. 1. Sejarah

Perusahaan periklanan (biro iklan) pertama didirikan pada awal abad ke-19. Biro iklan Inggris yang pertama yakni ***White's*** didirikan di London sekitar tahun 1800. Iklan yang dikerjakan oleh biro iklan pelopor itu mula-mula hanya untuk mempopulerkan lotere-lotere resmi yang dikelola pemerintah. Selanjutnya, *White's* bertindak sebagai biro iklan resmi untuk kepentingan Kantor Urusan Perang (*War Office*), Angkatan Laut Kerajaan Inggris (*Royal Navy*), Komisi Narapidana Kerajaan (*His Majesty's Commisioner for Prisons*), Kantor Urusan Koloni (*Colonial Office*), dan yang

terakhir *Crown Agents*. Sebagian besar iklan-iklan yang ditanganinya adalah *Recruitment Advertising* (iklan rekruitmen).

Apabila kita pernah melihat photo atau lukisan tua tentang kereta-kereta berkuda yang berkeliaran di London pada akhir abad ke-19 misalnya, maka kita akan saksikan pada badan kereta berkuda itu banyak yang ditempeli dengan poster iklan mengenai suatu produk yang tengah populer. Ini merupakan bukti bahwa iklan diakui sebagai alat yang efektif untuk memasarkan produk. Perusahaan-perusahaan yang sudah menjadi pengiklan sejak abad ke-19 banyak yang masih bertahan sampai sekarang. Antara lain di Inggris adalah *Beecham*, *Cadbury*, *Lever Brothers*, dan *Lipton*.

II. 2. Definisi

II. 2. 1 Definisi *Advertising*

Advertising atau iklan adalah alat promosi dari produk atau jasa yang bertujuan untuk menjaring pembeli, memperkenalkan produk dan mengingatkan produk kepada konsumen. Menurut http://www.wordiq.com definisi *advertising* adalah ; *Advertising is the paid promotion of goods, services, companies and ideas, by an identified sponsor. Marketers see advertising as part of an overall promotional strategy. Other components of the promotional mix include publicity, public relations, personal selling and sales promotion.* Menurut *WordNet* 2.0 ; *Advertising : (noun) 1. A public promotion of some product or service [syn : ad, advertisement, advertizement, advertizing, advert]. 2. The business of drawing public attention to goods and service [syn : publicizing].*

II. 2. 2 Definisi *Advertising Agency*

Menurut *WordNet Dictionary*, definisi *advertising agency* adalah ; *Advertising Agency : (noun) : An agency that designs advertisement to call public attention to its clients [synonym : ad agency]. Menurut Wikipedia ; An advertising agency or ad agency is a service business dedicated to creating,*

planning and handling advertising for their clients. An ad agency is independent from the client and provides a outside point of viewto the effort of selling the client's products or services. An agency can also handle overall marketing and branding strategies and sales promotion for its clients.