BAB II
TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN ADVERTISING

2.1 Pengertian Perusahaan Advertising

Di dalam catatan kuliah Manajemen, disebutkan bahwa perusahaan atau badan usaha merupakan suatu bentuk organisasi yang tujuannya mencari keuntungan / laba atau profit dan memiliki badan hukum. Organisasi sendiri merupakan suatu perkumpulan dua orang atau lebih yang bekerja sama dalam cara yang berstruktur untuk mencapai sasaran spesifik atau sejumlah sasaran *(sumber; Stoner, Freeman, Gilbert Jr, 1996).*

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan, di dalam bukunya Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah disebutkan bahwa setiap perusahaan memiliki beberapa tujuan berdasarkan tipe-tipenya, antara lain;

1. **Profit Objectives**, bertujuan untuk mendapatkan laba bagi pemiliknya.
2. **Service Objectives**, bertujuan untuk memberikan layanan yang baik bagi konsumen dengan mempertinggi nilai barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
3. **Social Objectives**, bertujuan meningkatkan nilai guna yang diciptakan perusahaan untuk kesejahteraan masyarakat.
4. **Personal objectives,** bertujuan agar para karyawan secara *individual economic*, *social psychological* mendapat kepuasan di bidang pekerjaannya dalam perusahaan.

Advertising berasal dari kata "Ad", apabila diartikan ke dalam bahasa Indonesia adalah menambah. Advertising diartikan sebagai sebuah periklanan, dalam maksud menambah nilai sebuah produk usaha, baik itu suatu barang atau jasa melalui sebuah rancangan konsep promosi yang terpadu. Maka Perusahaan Advertising, dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang didasarkan atas suatu badan hukum yang lingkup usahanya di bidang periklanan atau promosi.

2.2 Bentuk dan Macam Perusahaan

Suatu perusahaan berdasarkan bentuknya terbagi menjadi beberapa jenis, hal inipun berlaku pada perusahaan periklanan pada umumnya. Beberapa bentuk perusahaan pada umumnya yaitu;

1. Perusahaan Perorangan

Adalah suatu bentuk badan usaha yang dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap resiko dan kegiatan perusahaan. Contoh perusahaan perseorangan adalah penginapan, pembelian cengkeh, pabrik penggilingan padi, dan sebagainya.

2. Firma (Fa)

Firma adalah suatu persekutuan antara dua orang atau lebih yang menjalankan perusahaan dengan satu nama dengan tujuan untuk membagi hasil yang diperoleh dari persekutuan itu.

3. Persekutuan Komanditer (CV)

Persekutuan Komanditer atau CV adalah suatu persekutuan yang terdiri atas beberapa orang yang berusaha dan beberapa orang hanya menyerahkan modal saja. Persekutuan ini merupakan campuran antara persekutuan perseorangan dan persekutuan modal.

4. Perseroan terbatas (PT)

Perseroan Terbatas adalah suatu perseroan antara dua orang atau lebih dengan modal yang diperoleh dari pengeluaran saham. Persero atau pemilik PT, bertanggung jawab terbatas hanya sebesar modal yang diserahkan. Saham adalah tanda pernyataan modal pada PT.

2.3 Wewenang, Peranan dan Tanggung Jawab Perusahaan Advertising

Berikut adalah uraian mengenai wewenang, peranan serta tanggung jawab perusahaan yang bergerak di bidang jasa advertising atau periklanan;

- Mangkaji unsur-unsur desain dalam proses pembuatan suatu iklan
- Memberikan usulan dan pertimbangan kepada klien secara umum dan khusus untuk menemukan solusi dalam desain.
- Memajukan dunia periklanan secara desain dengan menghasilkan desain - desain yang baik serta menarik.
- Manghasilkan desain yang selalu mempertimbangkan unsur serta nilai originalitas dan kreativitas penyampaian ide.
- Melakukan persaingan usaha yang sehat dan bersih.

2.4 Definisi Proyek

Proyek berasal dari kata *"project"* yang berarti rencana atau pelaksanaan suatu program / gagasan atau ide pekerjaan. Dalam sebuah sumber mengatakan; proyek adalah suatu kegiatan investasi yang mengubah sumber-sumber modal untuk menciptakan aset yang diharapan dapat memberikan keuntungan.

Dalam dunia periklanan khususnya, istilah proyek tidak mempunyai perbedaan definisi yang jauh dengan definisi yang sebenarnya. Saat membuat iklan order atau pekerjaan yang harus digarap sedemikian rupa sehingga bisa memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak; yaitu klien sebagai pemberi proyek dan desainer dalam hal ini perusahaan periklanan sebagai penanggung jawab proyek.

2.5 Beberapa Cara Mendapatkan Proyek

Perusahaan menggerakan bagian marketing untuk memperkenalkan dan menawarkan jasa atau sesuatu lainnya pada beberapa perusahaan agar bisa mendapat proyek yang diperlukan. Perusahaan mendapatkan proyek lewat telepon, fax, ataupun e-mail dari klien yang kemudian di *'follow up'* oleh marketing. Perusahaan juga bisa mengiklankan dirinya lewat beberapa media, misalnya melalui :

1. Company profile
2. Brosur
3. Kalender
4. Telepon
5. Fax
6. E-mail, dll.

Yang terpenting dalam mendapatkan proyek adalah mencari kepuasan dari klien yang nantinya secara lambat laun akan menjadi pelanggan.