BAB II
TINJAUAN PERUSAHAAN ADVERTISING

II.1. Advertising

Perusahaan media massa merupakan perusahaan Advertising yang memberikan jasa informasi pada media massa, media massa ini di bagi menjadi tiga yaitu above-the-line-advertising, below-the-line-advertising , dan Gimmick. Yang di maksud dengan above-the-line-advertising yaitu jenis-jenis iklan yang di sebarkan melalui sarana media komunikasi massa. Misalnya surat kabar, majalah, iklan radio, dan televisi. Pada umumnya, biro iklan bersangkutan mendapat komisi karena pemasangan iklan tersebut. Sedangkan below-the-line-advertising yaitu kegiatan periklanan yang tidak melibatkan pemasangan iklan di media komunikasi massa dan tidak memberikan komisi kepada perusahaan iklan. Sering perusahaan iklan mendapat honorium khusus dari pengiklanan. Pada umumnya, kegiatan periklanan lini bawah ini bersifat penjualan promosi, yaitu kegiatan pemasaran yang dilakukan di tempat penjualan. Dan yang di maksud dengan gimmick yaitu usaha untuk menarik perhatian khalayak melalui obyek atau cara yang di anggap sebagai hal baru atau luar biasa sehingga menimbulkan minat dan gairah untuk membeli produk tersebut. Juga dapat membantu menciptakan identitas atau citra suatu produk.

Advertising di ambil dari bahasa latin "Advertere" yaitu berarti mengalihkan perhatian, dengan demikian advertising adalah sesuatu yang dapat mengalihkan perhatian seseorang yang melihat (audience) atau masyarakat terhadap sesuatu. Advertising merupakan salah satu cara yang banyak di pakai dalam mempromosikan suatu produk yang di gunakan oleh perusahaan dalam mempromosikan atau memberitahukan

produknya kepada khlayak umum agar nantinya masyarakat tahu akan keberadaan produk tersebut.

II.2. Sejarah Advertising

Seiring dengan perkembangan media seperti Koran-koran di masa klasik pada abad ketujuh-belas, dan di mulai terbitnya biro-biro iklan pertama seprti ***White'*** pada tahun 1800 yang menangani periklanan lotere resmi pemerintahan inggris. Biro iklan berikutnya yakni ***Reynell*** dan ***Son*** terbentuk di London pada tahun 1912. Perusahaan-perusahaan yang sudah menjadi pengiklan sejak abad kesembilan-belas banyak yang masih bertahan sampai sekarang. Antara lain, di inggris adalah ***Beecham***, ***Cadbury***, ***Lever Brothers***, dan ***Lipton***.

Awalnya biro-biro iklan hanya sekedar menjalankan fungsi sebagai makelar/pialang ruang atau kolom iklan di media massa. Fungsi itu berlanjut sehingga posisi legal yang utama dari biro-biro iklan tersebut adalah sebagai perantara pihak media massa dan para pengiklan. Seiring dengan berkembangnya teknologi proses percetakan yang membaik, maka biro-biro iklan membuat semenarik mungkin kepada semua para pengiklan. Dengan demikian, dengan kedudukan biro-biro iklan telah mengalami pergeseran dari sekedar makelar ruang iklan menjadi agen-agen playanan yang bersifat multifungsi dan independen.

II.3. Sejarah Advertising di Indonesia

Semuanya berawal setelah kedatangan ***Jan Pieterszoon Coen*** pada 30 Mei 1619, sekitar 23 tahun setelah untuk kali pertama orang-orang Belanda yang di pimpin ***Cornelis de Hutman*** tiba di lepas pantai barat laut Pulau Jawa untuk berdagang.Dari kegiatan perdagangan yang di lakukan ***Jan Pieterszoon Coen***, yang menjadi gubernur jenderal Hindia Belanda (1619-1629) dan mendirikan Batavia, dari semua perdagangan

itu memerlukan penyiaran berita dan iklan untuk memperlancar perdagangan di Indonesia.

Lebih dari satu abad kemudian, ***setelah Jan Pieterzoon Coen*** meninggal, tulisan tangannya di terbitkan kembali di surat kabar *Bataviaasche Nouvelles* pada 17 Agustus 1744. *Bataviaasche Nouvelles* merupaka surat kabar pertama di Hindia Belanda, menggunakan bahasa Belanda, dan terbitan pada masa pemerintahan Gubernur Jendral ***Gustaaf willem Baron Van Imhoff***. Ini berarti iklan buatan ***Jan Pieterzoon Coen*** merupakan iklan pertama di Hindia Belanda. Dan orang yang berjasa memuat iklan tersebut adalah ***Jan Erdman Jordans***, seorang pedagang merangkap sekertaris kantor secretariat Jendral di kantor Gubernur Jenderal ***Imhoff***. Karena kelahirannya yang bersamaan, iklan dan media menjadi satu bagian yang tak terpisahkan.

W.Bruining dari Rotterdam adalah orang yang pertama membawa alat percetakan ke Indonesia. Menurut ***Abdurrachman Soerjomiharjdo*** dalam Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia, awalnya ***Bruining*** di perlakukan sebagai seorang yang mengidap penyakit berbahaya. Selain alat cetaknya tak diizinkan untuk di pakai,dia di tawari ganti rugi atas biaya perjalanan yang di keluarkannya agar secepatnya kembali ke Belanda. ***Bruining*** lalu menolak tawaran tersebut kemudian dia menerbitkan surat kabar mingguan *Bataviaasch Advertentieblad* pada tahun 1851. Sesuai namanya, mingguan itu hanya berisi iklan dan berita-berita umum yang dikutip dari penerbit resmi yang di terbitkan di Belanda dan berita-berita jajahan yang dia ambil dari Javasche courant. Setahun kemudian, ***Bruining*** menerbitkan *Java Bode* sebagai *Het Advertentie Blad* yang berhenti terbit.