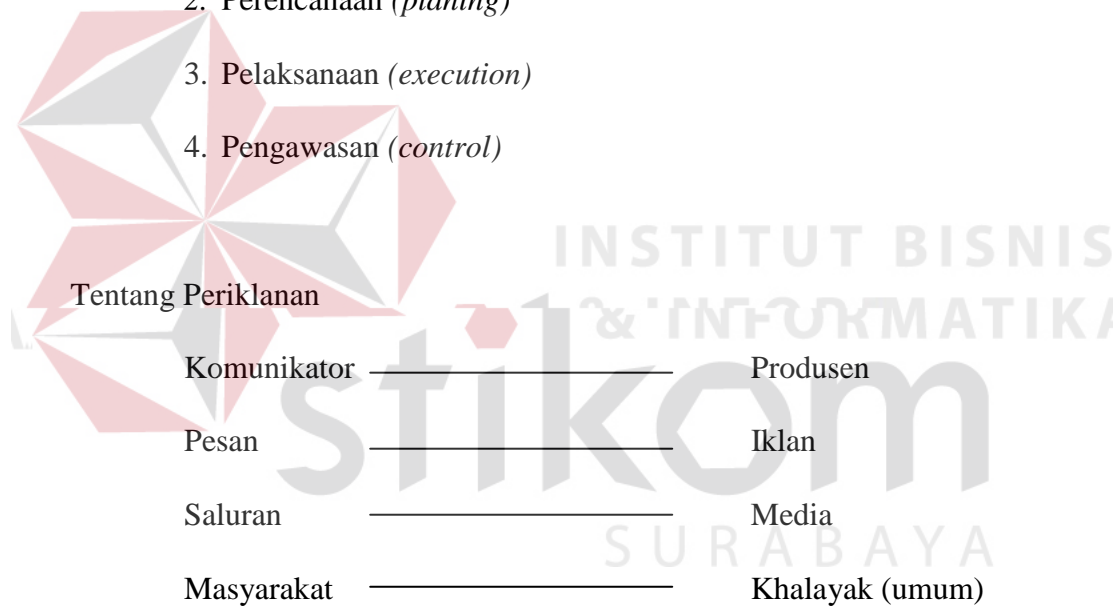


**BAB III**  
**LANDASAN TEORI**

**3.1 Periklanan**

Menurut Russel, J. Thomas (1993), definisi periklanan adalah keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan. Macam kegiatan yang berhubungan dengan iklan antara lain :

1. Penyiapan (*preparation*)
2. Perencanaan (*planing*)
3. Pelaksanaan (*execution*)
4. Pengawasan (*control*)



Penjabaran definisi diatas adalah iklan juga merupakan suatu komunikasi yang melibatkan produsen sebagai komunikator, iklan sebagai unsur pesan, media sebagai penyalur dan khalayak sebagai publik yang dituju. Periklanan juga berarti keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan penyampaian iklan.

Menurut Sutisna (2003), “Iklan merupakan bentuk komunikasi yang dibayar, proses identifikasi sponsor, bertujuan untuk menyampaikan pesan, sifat non personal, dan identifikasi audiens”, sedangkan menurut Kotler (2002) “Iklan adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran”.

Dari beberapa pengertian diatas, pada dasarnya iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan komunikator. Dalam hal ini perusahaan atau produsen bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada publik, khususnya pelanggan melalui suatu media massa. Selain itu, semua iklan dibuat dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberi informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti apa yang ada pada iklan tersebut, dapat berupa aktivitas mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan.

Menurut Ahmad Yazid Bustomy (2011) Iklan mempunyai beberapa jenis, bentuk, sifat, fungsi, tujuan untuk menjelaskan tentang karakter dari masing – masing iklan tersebut. Untuk mengetahui jenis, bentuk, tujuan, fungsi dari iklan berikut adalah penjelasannya :

### **3.1.1 Jenis dan Macam Iklan**

1. Menurut pendanaannya iklan dibagi menjadi 2 yakni iklan gratis dan iklan berbayar.

- a. Iklan Gratis

Iklan gratis adalah iklan yang dalam pemasangannya tidak memerlukan biaya.

b. Iklan berbayar

Iklan berbayar adalah iklan yang dalam pemasangannya memerlukan biaya. Contoh iklan berbayar sangat banyak. Iklan di TV, di Radio, di koran, *poster*, *reklame* dan *billboard* yang memerlukan biaya dalam pemasangannya.

2. Menurut media Pembagian iklan dapat dibagi dua yaitu iklan cetak dan iklan elektronik.

a. Iklan cetak

Iklan cetak adalah iklan yang penyebarannya dilakukan melalui media cetak. Contoh iklan cetak antara lain poster, spanduk, baliho, *reklame*, iklan baris di koran, *flyer* atau selebaran.

b. Iklan elektronik

Iklan elektronik adalah iklan yang penyebarannya melalui media elektronik. Contoh dari iklan elektronik antara lain; iklan di TV, iklan di radio, iklan di Internet.

3. Menurut efektifitasnya, iklan dapat dibagi menjadi iklan yang efektif dan iklan yang tidak efektif.

a. Iklan Efektif

Iklan efektif adalah iklan yang dapat menyampaikan informasi dari pemasang iklan kepada penerima iklan. Faktor-faktor yang menentukan

kefektifan suatu iklan antara lain kepadatan materi, kesederhanaan bahasa, dll.

b. Iklan Tidak Efektif

Kebalikan dari iklan efektif adalah iklan tidak efektif. Secara sederhana, iklan tidak efektif adalah iklan yang tidak mampu menyampaikan informasi dari pemasang iklan kepada pembaca iklan. Hal ini dikarenakan iklan yang terlalu panjang, bertele-tele, atau bahasa yang terlalu rumit dan kurang dipahami oleh penerima iklan.

### 3.1.2 Bentuk iklan

Iklan dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu :

1. Berdasarkan Wujud
  - a. Dua dimensi : iklan yang dimuat dalam bentuk gambar, huruf, tanda.
  - b. Tiga dimensi : iklan yang bisa dilihat dari berbagai sudut atau arah.
2. Berdasarkan Sifat
  - a. Audio adalah iklan yang hanya menggunakan media suara dalam menyampaikan pesan.
  - b. Visual adalah iklan yang hanya menggunakan gambar dalam bentuk pesan.
  - c. Audio Visual adalah iklan yang menggunakan media suara dan gambar sekaligus dalam menyampaikan pesan.
3. Objek yang digunakan
  - a. *Still Image* adalah iklan yang disampaikan dalam bentuk gambar, huruf, tanda yang tidak dapat bergerak.

- b. *Movie Image* adalah iklan yang disampaikan dalam bentuk gambar, huruf, tanda, yang dapat bergerak.

### 3.1.3 Tujuan Periklanan

Menurut Russel, J. Thomas, dan W. Ronald Lane (1993) tujuan iklan sebagai berikut :

1. Untuk menginformasikan
  - a. Memberitahukan kepada pasar tentang suatu produk baru.
  - b. Memberitahukan kepada pasar tentang perubahan harga.
  - c. Mengusulkan kegunaan baru suatu produk.
  - d. Menjelaskan cara kerja suatu produk.
  - e. Membangun citra perusahaan.
2. Untuk mengingatkan
  - a. Mengingatkan pembeli bahwa produk tersebut mungkin akan dibutuhkan dikemudian hari.
  - b. Membuat pembeli tetap ingat produk itu walau tidak musimnya.
  - c. Mengingatkan pembeli dimana dapat membeli produk tersebut.
3. Untuk membujuk
  - a. Membujuk pembeli untuk membeli barang sekarang.
  - b. Membujuk pembeli untuk menerima kunjungan penjualan.
  - c. Mendorong alih merk

### 3.1.4 Fungsi Iklan

Fungsi Iklan menurut Djayakusumah (1982), dalam pemasaran adalah memperkuat dorongan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk untuk mencapai pemenuhan kepuasan konsumen. Agar iklan berhasil merangsang tindakan pembeli, setidaknya harus memenuhi kriteria AIDCDA yaitu:

1. *Attention* : mengandung daya tarik
2. *Interest* : mengandung perhatian dan minat
3. *Desire* : memunculkan keinginan untuk mencoba atau memiliki
4. *Conviction* : menimbulkan keyakinan terhadap produk
5. *Decision* : menghasilkan kepuasan terhadap produk
6. *Action* : mengarah tindakan untuk membeli

Periklanan adalah komunikasi massa yang menawarkan janji kepada konsumen melalui pesan yang informatif dan persuasif menjanjikan tentang :

1. Adanya barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan.
2. Kualitas dari barang dan jasa, pesan yang disampaikan memungkinkan konsumen untuk mencoba barang dan jasa yang baru.

### 3.1.5 Desain

#### A. Pengertian desain

Menurut Wong (1995), pengertian desain menurut makna leksikal berarti merancang, jadi mendesain memiliki arti yaitu merancang. Sedangkan makna desain secara gramatikal, mendesain ialah proses mencipta rupa untuk maksud tertentu. Sedangkan menurut Juihetal (2001), Makna desain adalah rancangan atau

gambaran suatu objek yang dibuat berdasarkan garis, bentuk, warna dan tekstur.

## B. Proses desain

Karya sebuah desain dihasilkan dari proses desain sebagai perwujudan fungsi melalui tindakan secara konseptual yang dibuat melalui komunikasi dengan pemilik produk (*Client*) dan berbagai strategi untuk mengidentifikasi produk. Proses desain diawali dari *problem statement*, yakni dengan tahapan tahapan sebagai berikut :

### 1. *Brief* dari Klien

Klien menyampaikan pesan kepada seorang desainer untuk membuat suatu produk, dan oleh desainer pesan tersebut akan dirancang menjadi sebuah karya desain.

### 2. *Interview* Latar belakang masalah

#### a. *What*

Pertanyaan *what* tersebut mengacu pada apakah yang ditawarkan dari produk yang akan dibuat penyampaian pesannya atau *positioning* yang diinginkan pada produk tersebut sebagai apa.

#### b. *Who*

Pertanyaan *who* mengacu pada siapa segmen pasar yang diinginkan klien.

c. *How*

Pertanyaan *How* mengacu pada bagaimanakah penyampaian pesan yang dilakukan.

d. *Where*

Pertanyaan *where* mengacu pada dimanakah penyampaian pesan dilakukan, pada pasar nasional atau secara global bersaing dengan produk luar negeri.

e. *When*

Pertanyaan *when* mengacu pada kapankah penjadwalan produk keluar yang diinginkan oleh klien atau kapankah mulai disampaikan pesannya kepada calon konsumen.

f. *How much*

Pertanyaan *how much* mengacu pada berapa banyak dana yang tersedia untuk aktivitas pembuatan iklan produk tersebut.

### 3.1.6 FTP (*File Transfer Protocol*)

Menurut Franklin St. (2002), FTP atau *File Transfer Protocol* adalah sebuah protokol internet yang berjalan di dalam lapisan aplikasi yang merupakan standar untuk pentransferan berkas (*file*) komputer antarmesin dalam sebuah *framework*. FTP merupakan salah satu protokol internet yang paling awal dikembangkan, dan masih digunakan hingga saat ini untuk melakukan *download*, dan *upload* berkas-berkas komputer antara klien FTP dan server FTP. Sebuah klien FTP merupakan aplikasi yang dapat meneluarkan perintah-perintah FTP ke sebuah server FTP, sementara server FTP adalah sebuah *Windows Service* atau



*daemon* yang berjalan di atas sebuah komputer yang merespons perintah-perintah dari sebuah klien FTP.

Salah satu protokol internet ini atau FTP (*File Transfer Protocol*) memiliki tujuan antara lain sebagai berikut :

1. Untuk men-*sharing* data.
2. Untuk menyediakan *indirect* atau *implicit remote computer*.
3. Untuk menyediakan tempat penyimpanan bagi *user*.
4. Untuk menyediakan *transfer* data yang reliable dan efisien.

### 3.1.7 Database

Diartikan sebagai sekumpulan informasi yang disusun sedemikian rupa untuk dapat diakses oleh sebuah *software* tertentu. Database tersusun atas bagian yang disebut *field* dan *record* yang tersimpan dalam sebuah *file*. Sebuah *field* merupakan kesatuan terkecil dari informasi dalam sebuah database. Sekumpulan *field* yang saling berkaitan akan membentuk *record*.

### 3.1.8 Tarif

Menurut Alwi (2001), “Tarif adalah harga satuan jasa selain itu tarif iklan adalah harga iklan menurut ruang (dimedia cetak) menurut waktu (media elektronik) atau menurut frekuensi pertunjukan (di bioskop)”. Dan kesimpulannya tarif merupakan satuan harga yang telah ditetapkan pada suatu barang atau jasa.

### 3.2 Pengelolaan surat

Menurut Sutrisno dan Renaldi (2006), korespondensi dalam kegiatan perkantoran diartikan sebagai teknik membuat surat dan berkomunikasi dengan surat. Sedangkan pengertian surat adalah alat komunikasi tertulis yang berasal dari satu pihak dan ditujukan kepada pihak lain dengan tujuan menyampaikan informasi. Apabila surat dari satu pihak kepada pihak lain itu berisi informasi yang menyangkut kepentingan tugas dan kegiatan instansi yang bersangkutan, surat semacam itu disebut surat dinas atau surat resmi.

#### 1. Penerimaan surat

- a. Memisahkan surat menurut jenisnya. Contoh : surat-surat dinas, surat-surat rahasia, surat-surat pribadi, surat-surat kabar atau majalah dan sebagainya.
- b. Teliti alamat yang tercantum pada setiap sampul. Memastikan apakah benar alamat kantor atau bukan.
- c. Menyisipkan semua surat rahasia dan surat pribadi. Kemudian menyampaikan surat rahasia atau surat pribadi tersebut kepada Pimpinan dalam keadaan tertutup. Jangan membukanya, kecuali Pimpinan mengizinkannya.

#### 2. Pembukaan surat

- a. Surat yang bersampul tertutup memanjang, sebaiknya dibuka dengan menggunakan *cutter*. Caranya yaitu letakkan surat itu di atas meja, bagian penutup amplop ada di sebelah atas. Tindih surat dengan tangan kiri dan masukkan *cutter* ke dalam bagian penutup sampul, kemudian

dorong *cutter* sampai memotong tutup sampul surat. Yakinkan agar surat di dalam jangan sampai terpotong.

- b. Sampul yang tertutup melebar, sebaiknya dibuka dengan menggunakan gunting. Geserkan surat yang ada dalam sampul ke arah bagian yang tidak akan digunting. Caranya yaitu dirikanlah amplop surat, kemudian dihentak-hentakkan perlahan-lahan ke meja. Pegang surat dengan tangan kiri, selanjutnya dengan menggunakan tangan kanan, potong bagian ujung sampul surat dengan gunting.

Saat ini telah tersedia alat pembuka amplop yang digerakkan secara elektronik yakni pegawai hanya memasukkan ujung amplop yang akan dibuka, letakkan secara perlahan dan pastikan tidak sampai merusak surat yang ada di dalamnya. Alat tersebut akan membuka amplop surat tersebut dengan mudah dan cepat.

### **3. Mengeluarkan surat dari sampul**

Langkah berikutnya yaitu mengeluarkan surat-surat dari masing-masing sampul yang telah dibuka. Mengeluarkan surat dari dalam sampul harus dilakukan dengan hati-hati jangan sampai surat itu terkoyak atau robek karena ada kemungkinan surat itu masih menyangkut kesampul. Cara yang baik, lakukanlah seperti berikut :

- a. Untuk surat yang sampul terbuka memanjang, renggangkan bagian yang terbuka dengan ibu jari kedua tangan, dan ambil surat dari dalam sampul

dengan jari-jari tangan kanan. Pastikan bahwa semua surat yang ada dalam sampul telah dikeluarkan.

- b. Untuk surat dengan sampul melebar, tekanlah kedua sisi sampul dengan jari-jari tangan kiri hingga bekas mengguntingnya terbuka. Balikkan amplop surat hingga bagian bekas mengguntingnya ada di bagian bawah, kemudian ambil surat dari dalam sampul. Pastikan bahwa semua isi sampul telah dikeluarkan dengan baik, jangan sampai ada yang tertinggal.

#### **4. Pembacaan surat**

Surat-surat yang telah dikeluarkan dari sampul, kemudian dibaca dan diteliti apakah surat-surat tersebut ada alamat dalamnya atau tidak, apakah surat-surat itu ditujukan kepada pimpinan atau langsung kepada pekerja lain yang menangani masalah yang terkait, apakah surat-surat itu memiliki lampiran atau tidak, apakah surat itu terdiri dari satu lembar atau lebih dan penelitian lain-lain yang ada berkaitan dengan surat tersebut.

Apabila surat itu terdapat alamat di dalamnya, maka sampul surat dapat dipisahkan dan bila tidak terdapat alamat dalamnya, maka sampul surat harus dilekatkan kepada surat tersebut dengan menggunakan *stapler*. Selanjutnya diteliti apakah surat itu untuk pimpinan atau pekerja lain yang menangani masalah yang terkait. Di samping itu diteliti apakah surat itu ada lampiran atau tidak. Bila ada, agar dicocokkan dengan keterangan dan bila lampirannya ini ternyata tidak sesuai, agar dicatat bahwa lampiran tidak sama. Demikian juga bila surat terdiri lebih dari

satu lembar, diusahakan jangan sampai terpisah antara lembar yang satu dengan lembar lainnya.

Surat yang sudah diolah seperti tersebut di atas, selanjutnya dicatat dalam buku agenda menurut klasifikasi dan kualifikasi masing-masing surat. Di bawah ini contoh kolom dalam buku agenda surat masuk.

Pencatatan surat sangat diperlukan untuk mempermudah pengendalian surat-surat tersebut. Pencatatan surat masuk pada buku agenda dimulai dari nomor 1 pada bulan Januari dan berakhir nomor terakhir dalam satu tahun, yaitu nomor terakhir pada tanggal 31 Desember. Pencatatan surat masuk selalu dilakukan pada setiap terjadi pemindahan dan penyimpanan.

## **5. Pembagian Surat**

Setelah surat-surat dicatat dalam buku agenda atau Kartu Kendali seperti tersebut di atas, kemudian surat-surat itu dikirim kepada pihak yang dituju oleh surat-surat tersebut. Surat untuk pimpinan disampaikan kepada sekretaris pimpinan dan surat-surat untuk pekerja pada bagian yang dimaksudkan oleh surat, disampaikan kepada petugas atau sekretaris yang bersangkutan. Untuk pengiriman, dilakukan lagi pencatatan dengan menggunakan buku pengiriman/buku ekspedisi. Petugas/sekretaris pimpinan yang menerima surat harus membubuhkan tanda terima pada buku ekspedisi.

### 3.2.1 Pengiriman surat

#### 1. Via Pos

Untuk surat yang dikirimkan dalam satu kota dan mudah ditempuh, bisa menggunakan jasa kurir organisasi. Untuk surat dalam satu kota dan alamat sulit terjangkau, pengiriman ke luar kota atau bahkan antarnegara dapat menggunakan jasa pos. surat dapat dikirimkan dengan cara kilat, kilat khusus, tercatat, pos patas. Besarnya biaya pengiriman tergantung dari jarak jauh atau dekat wilayah yang dituju, berat surat dan waktu yang ingin ditempuh.

#### 2. Via *Fax*

Bila surat harus segera dikirim, maka mesin *fax* dapat menjadi alternative disamping pengiriman dengan pos kilat. Kelebihan pengiriman surat via *fax* ini adalah berita relative sangat cepat sampai pada tujuan.

#### 3. Via *E-mail*

Saat ini teknologi dalam bidang informasi telah mengalami perkembangan baik yang berkaitan dengan *hardware* atau *software*-nya. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah *e-mail* (*electronic mail*). E-mail merupakan saran komunikasi untuk menerima dan mengirim berita melalui jaringan internet. Saat ini sarana e-mail sudah banyak dan umum digunakan di perusahaan. Apabila dibandingkan dengan pemakaian fasilitas pos dan *fax*, email memiliki kelebihan yang jauh lebih cepat dan efisien dalam memperoleh dan mengirim informasi kepada pihak yang dituju.

### 3.2.2 Cara Meyimpan Surat

Metode atau cara menyimpan surat dapat dibedakan menjadi beberapa kemungkinan sebagai berikut :

#### 1. Metode Abjad

Hal yang harus diperhatikan apabila nama lebih dari satu suku kata, maka harus diindeks terlebih dahulu kemudian disusun secara alfabetis.

Misalnya :

- |                       |          |                      |
|-----------------------|----------|----------------------|
| 1. Indra Hermawan     | - indeks | -Hermawan, Indra     |
| 2. Anton Wijayakusuma | - indeks | -Wijayakusuma, Indra |
| 3. Budi Handoyo       | - indeks | -Handoyo, Budi       |

Penyimpanan Arsip :

1. Handoyo, Budi
2. Hermawan, Indra
3. Wijayakusuma, Anton

#### 2. Metode nomor

Metode nomor merupakan metode penyimpanan arsip dengan menggunakan urutan angka dalam menyimpan arsip, misalnya nomor urut surat masuk dan surat keluar, nomor rekening nasabah, nomor surat tanda bukti pembayaran seperti kuitansi, dan lain-lain.

#### 3. Metode tanggal

Metode penyimpanan menurut tanggal berarti arsip disimpan menurut urutan kronologis tanggal yang tertera pada warkat atau tanggal terima warkat yang masuk pada suatu organisasi pada buku agenda. (Januari - Desember).

#### 4. Metode wilayah

Metode wilayah merupakan metode penyimpanan menurut satuan wilayah atau daerah tertentu, bisa berupa nama Negara, nama wilayah administrasi suatu Negara seperti provinsi, kabupaten, atau nama daerah berdasar administrasi khusus, misalnya cabang dari suatu perusahaan. Sebagai contoh : surat dari kantor cabang wilayah Surabaya maka penyimpanan arsip di *filing cabinet* pada laci “Surabaya”, dan folder tanggal.

Namun, untuk memilih metode yang tepat tergantung dari kebijaksanaan organisasi dalam menyimpan surat secara keseluruhan, yaitu apakah semua bagian menggunakan satu metode penyimpanan arsip atau tiap – tiap bagian dapat menggunakan metode yang berbeda-beda dalam menyimpan arsip dua hal tersebut menjadi pertimbangan dalam memilih metode pengelolaan surat yang tepat.

