



**IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT**



go
green
save

MATERI 1: PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP IKLAN DAN PROMOSI

- Iklan adalah alat promosi impersonal yang digunakan untuk menarik perhatian publik terhadap suatu produk atau layanan, melalui media yang dipilih dan berbayar. Ini adalah sarana komunikasi yang membantu untuk mengkomunikasikan satu pesan, kepada sejumlah besar orang dalam waktu yang lebih singkat.
- Periklanan adalah teknik yang digunakan oleh sebagian besar perusahaan, untuk membujuk pelanggan potensial untuk membeli produk. Berbagai saluran digunakan untuk tujuan periklanan seperti televisi, radio, koran, majalah, baliho, pamflet, poster, taksi, bus, dinding, dll.
- Promosi mengacu pada serangkaian kegiatan yang mengomunikasikan manfaat suatu produk, layanan, atau merek untuk membujuk target pelanggan untuk membelinya. Ini adalah salah satu dari empat elemen bauran pemasaran atau *marketing mix*. Tujuannya adalah untuk menarik, membujuk, dan menciptakan kesadaran di antara orang-orang untuk memulai pembelian.
- Cara-cara promosi termasuk, kupon diskon, distribusi sampel gratis, rabat, penawaran seperti memberi dua item dengan harga satu item, penawaran uji coba, penawaran pada festival dan kesempatan, kontes, layanan bernilai tambah, dll.



MATERI 2: BRANDING IMAGE DALAM IKLAN DAN PROMOSI

- Brand image adalah sebuah pandangan pelanggan saat ini terhadap suatu brand. Ini dapat didefinisikan sebagai kumpulan asosiasi unik di dalam benak pelanggan sasaran. Ini menandakan seperti apa suatu brand saat ini berdiri dan dikenal oleh konsumen maupun non konsumen.
- Fungsi Brand Image
 1. Membuat Bisnis Berkesan di Mata Konsumen
 2. Membangun Kepercayaan untuk Mendapatkan Kredibilitas
 3. Memperkuat Misi Bisnis
 4. Menciptakan Loyalitas Konsumen dan Mempertahankannya
 5. Merepresentasikan Bisnis



MATERI 3: MEDIA IKLAN DAN PROMOSI

- Iklan media cetak adalah iklan yang dibuat dan dilakukan pemasangan dengan cara menggunakan teknik cetak yang didalam wujudnya iklan ini akan ditemukan pada sebuah majalah, baleho, poster, hingga stiker. Umumnya akan berlaku dalam waktu 3 bulan.
- Iklan media elektronik adalah iklan yang menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, film dan lain sebagainya
- Iklan film adalah iklan yang dilakukan dengan penampilan sebelum pada film utama akhirnya dilakukan pengrilisan dan membuat film ini untuk dilakukan pemromosian sebelum film utama tersebut untuk diputar.
- Iklan media digital adalah iklan yang penyebarannya dilakukan dengan cara menggunakan bantuan internet seperti pada website, banned dan tombol, sponsorship, classified ads
- Iklan luar ruang adalah iklan yang pada medianya akan melakukan pencakupan audiesn yang akan berada di bagian luar rumah dan biasanya iklan ini akan muncul dan juga terpisah dari media cetak.



MATERI 4: SPONSORSHIP DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

- Sponsorship adalah suatu bentuk penerapan dari suatu sistem promosi produk oleh pihak perusahaan ke masyarakat luas.
- Jenis- Jenis Sponsorship
 1. Brand sponsorship adalah suatu jenis kegiatan yang dilakukan oleh brand perusahaan dengan cara mendukung suatu program, event atau organisasi yang dilakukan di tengah-tengah masyarakat.
 2. Event sponsorship adalah suatu bagian dari strategi komunikasi bisnis yang sangat berguna untuk membangun dan juga meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat pada brand perusahaan.
- Tugas Utama Sponsorship
 1. Menyukseskan Kampanye Periklanan
 2. Mendukung Strategi Pemasaran
 3. Menunjukkan Tanggung Jawab Sosial



MATERI 5: ETIKA DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

- Etika dalam media berfokus kepada aksi yang benar-salah serta buruk-baik yang dilakukan oleh orang-orang yang bekerja di media, dalam kasus ini adalah periklanan. Media tidak bisa menjadi etik atau tidak etis, tetapi staf dan pekerjanya dapat melakukan aksi yang etis-tidak etis. Oleh karena itu, dalam pembahasan ini, etika berarti studi mengenai apa yang seharusnya kita lakukan sebagai pekerja media periklanan.
- Etika Isi Iklan:

Hak Cipta, Bahasa, Tanda Asteris (*), Penggunaan Kata "Satu-satunya", Pemakaian Kata "Gratis", Pencantuman Harga, Garansi, Janji Pengembalian Uang, Rasa Takut dan Takhayul, Kekerasan, Perlindungan Hak-hak Pribadi, Hiperbolisasi, Kesaksian Konsumen (testimony), Anjuran (endorsement), Perbandingan, Merendahkan, Peniruan, Istilah Ilmiah dan Statistik, Pornografi dan Pornoaksi, dan Khalayak Anak-anak



MATERI 6: METODE PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan dalam metode produksi iklan layanan masyarakat yaitu:

- Mengidentifikasi masalah
- Menganalisa kebutuhannya,
- Tentukan tujuan
- Tentukan tema iklan
- Menentukan anggaran
- Menciptakan pesan
- Evaluasi

