

Redefinisi Sistem Penilaian dan Sistem Pengelolaan Citra Pariwara Sebuah Bentuk Penghargaan dalam Industri Periklanan di Indonesia

Alif Wardianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20185129&lokasi=lokal>

Abstrak

Dunia periklanan Indonesia yang semakin berkembang pesat dan sangat dinamis melatarbelakangi pemikiran para praktisi periklanan, untuk memperbaiki sistem penghargaan iklan, yang di Indonesia disebut sebagai Citra Pariwara. Sistem yang baru ini diharapkan mampu memenuhi aspirasi pihak-pihak utama yang terkait dengan suatu iklan untuk memberikan feedback yang tepat yang berguna bagi kemajuan industri iklan khususnya dan dunia pemasaran pada umumnya. Pihak-pihak utama yang terkait dengan suatu iklan yang patut dipertimbangkan dalam suatu penghargaan adalah advertising agency (perusahaan periklanan) dan para pemasar/pengiklan yang bertindak selaku klien advertising agency. Skripsi ini berusaha untuk membuat sistem penghargaan iklan yang baru tersebut, baik dari segi sistem penilaiannya, maupun dari segi sistem pengelolaannya. Untuk mencapai hal tersebut, penulis inernbagi iklan yang akan dinilai menjadi 3 jenis iklan berdasarkan parameter yang dimiliki tiap iklan tersebut. Ketiga jenis iklan tersebut adalah :

- Iklan komersial dengan parameter peningkatan penjualan
- Iklan komersial dengan parameter peningkatan brand corporate awareness
- Iklan Layanan Masyarakat