

# Analisa strategi pemasaran pt. admire ciptavisi sebagai pendaatang baru dalam industri periklanan yang sedang berkembang di indonesia

Rudy Tjahjadi Kurniawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461034&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### **< b > ABSTRAK < /b > < br >**

Walaupun krisis moneter dan sosial masih enggan meninggalkan bumi Indonesia, namun ternyata belanja iklan sejak tahun 1996-2001 lalu terus mengalami laju pertumbuhan rata-rata sebesar 21,5 persen. Belanja iklan tahun 2002 mencapai Rp. 11,979 triliun dan untuk tahun ini ban yak pengamat yang memperkirakan akan mencapai Rp. 16 triliun.

< br > < br >

Rupanya banyak pernsahaan-pernsahaan yang tidak menurunkan anggaran promosi walaupun beban pengiklan tambah berat serta daya beli konsumen semakin rendah. Hal ini disebabkan jika anggaran promosi diturnnkan, para pengiklan akan kehilangan investasi yang selama ini telah dikeluarkan.

< br > < br >

Melihat peluang ini, PT Admire Ciptavisi yang bergerak dalam bidang Integrated Marketing Communications melihat masih banyak peluang dan celah pasar yang dapat dimasuki dan diraih walaupun persaingan antara biro-biro iklan baik asing maupun lokal yang telah bermain di industri ini dalam kurnn waktu yang cukup lama semakin ketat.

< br > < br >

Penulis yang juga mernpakan salah satu pendiri PT Admire Ciptavisi mencoba meneliti arti penting perencanaan strategis dalam menghadapi pernbahan-pernbahan yang terjadi dalam lingkungan kompetitif eksternal, meneliti dan mencari kompetensi inti yang dimiliki pernsahaan sehingga dapat menemukan cara-cara barn dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya serta meneliti beberapa alternatif strategi pemasaran perusahaan yang didasarkan atas analisa peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan saat ini dan masa depan dalam menghadapi tantangan dan kompetisi dalam industri periklanan di Indonesia.

< br > < br >

Setelah dilakukan analisa yang cukup mendalam didapatkan kesimpulan bahwa PT Admire Ciptavisi dapat memberikan layanan komunikasi pemasaran terpadu yang terintegrasi setelah dapat membuktikan kompetensinya berdasarkan kreativitas yang berfokus pada strategi sehingga dapat membedakannya dari biro iklan tradisional lainnya. Positioning PT Admire Ciptavisi sebagai perusahaan komunikasi pemasaran terpadu sebagai antisipasi akan pergerakan komunikasi dari pendekatan yang berfokus pada periklanan ke alat komunikasi yang lebih spesifik dan sesuai dengan target konsumen yang dituju dari pernsahaan-pernsahaan.

< br > < br >

PT Admire Ciptavisi agar dapat terns survive dan melakukan penetrasi serta merebut pasar barn dan kue belanja iklan nasional harnslah melakukan diferensiasi produk seperti di bagian multimedia interaktif, memfokuskan pada bidang spesialisasi seperti packaging design sehingga nantinya dapat dipercayakan oleh klien-kliennya untuk memegang selurnh rangkaian program komunikasi pemasaran terpadu termasuk

diantaranya iklan. Dan yang terakhir juga terus menerapkan kreativitas dalam pelayanan komunikasi pemasaran terpadunya.