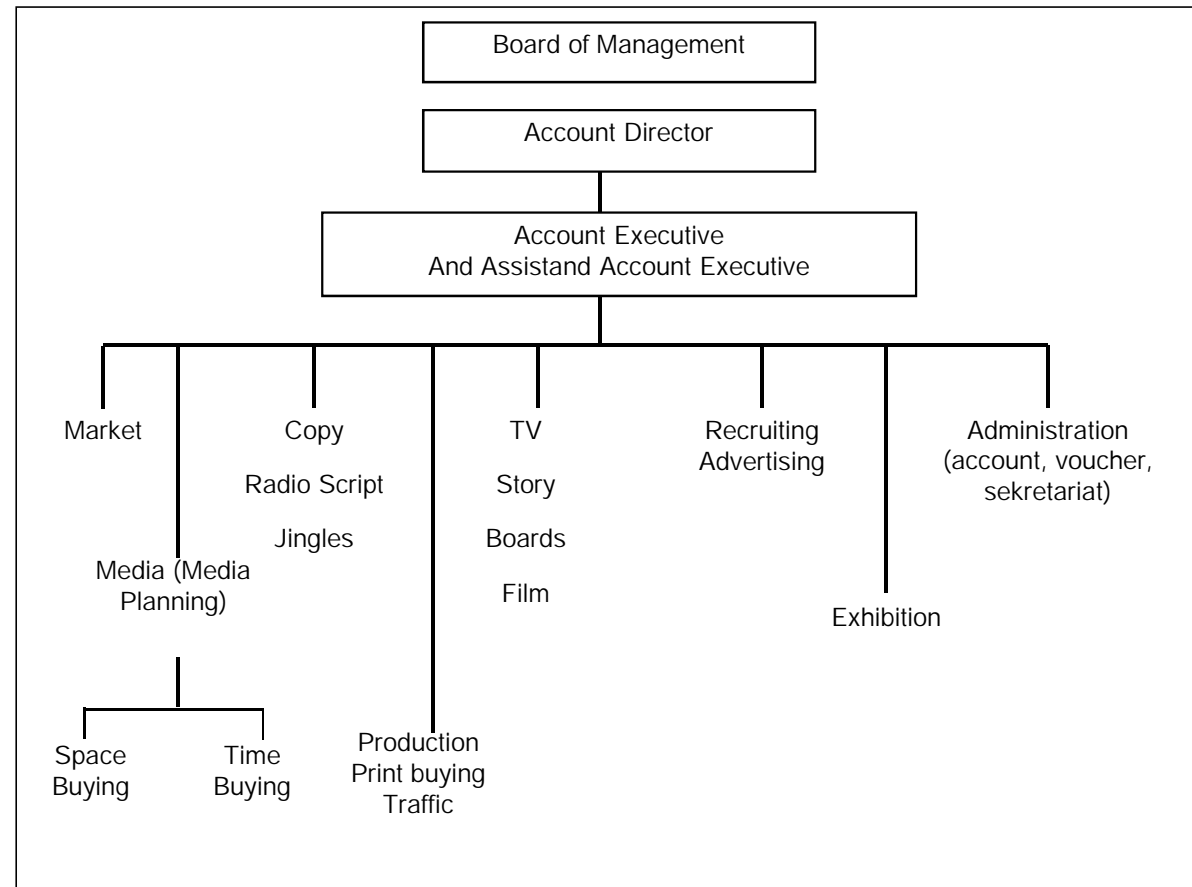
A 3D rendered orange figure, resembling a stylized person, is holding a large, rectangular, light-colored sign. The figure is positioned behind the sign, with its arms visible holding the edges. The sign has a thin orange border and contains text in the center.

Produksi Periklanan

Semester 5 • Tahun Akademik 2017/ 2018

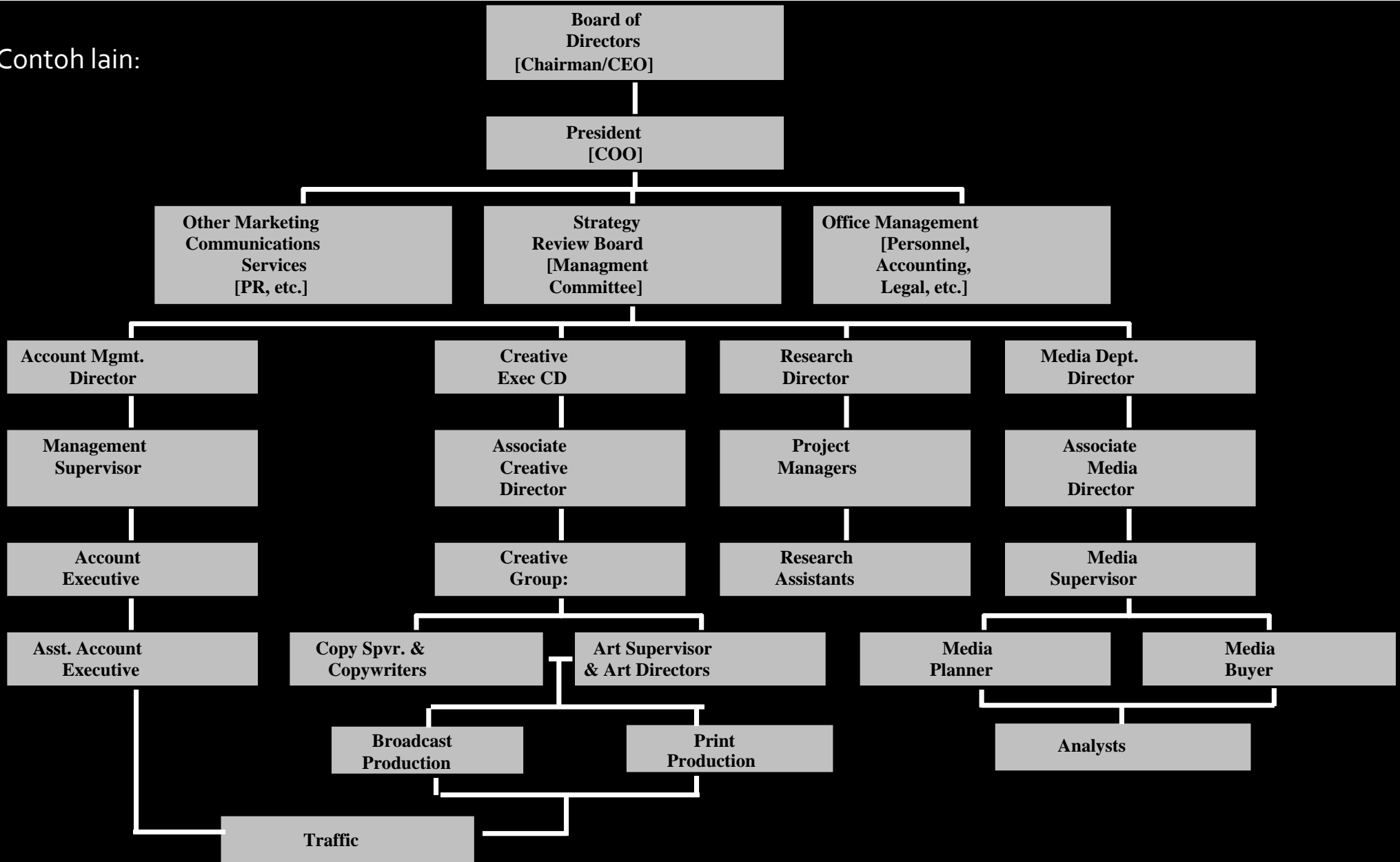
©Amata Fami

Struktur Biro Iklan



Rhenald Kasali. Manajemen Periklanan. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia (2007:29)

Contoh lain:



Pembagian Pekerjaan pada Biro Iklan

- *Account Executive* (Bina Usaha)
- *Account Director* (Bina Cipta)
- *Media Planner and Buyers* (Perencana dan Pembeli Media)
- *Creative Services* (Jasa Kreatif)
- Produksi
- Riset Pasar dan Pemasaran

Landasan PPPI

- Perspektif

PPPI mengamati dengan seksama segala perkembangan dan kecendrungan yang terjadi di bidang periklanan, baik yang menyangkut aspek-aspek internal dan nasional, maupun yang menyangkut aspek internasional.

Dalam aspek internal, PPPI menyimak telah terjadinya pendewasaan, serta kehendak yang kuat untuk melakukan modernisasi dalam tubuh asosiasi. Untuk itu, PPPI menyempurnakan segala gerak langkahnya, agar tercapai kewirausahaan, dan profesionalitas yang setinggi-tingginya, dipandu oleh etika dan moral bangsa, serta dengan visi yang jauh kedepan.

Tiga Kegiatan Biro Iklan Modern

- *Creative Services Group* (Kelompok Jasa Kreatif). Dalam kelompok ini bekerja para artis, *copywriter* dan orang-orang produksi. Para petugas yang bekerja di bagian ini mengembangkan kampanye iklan, tema dan membuat *final artwork*.
- *Marketing Services Group* (Kelompok Jasa Pemasaran). Dalam kelompok ini bekerja orang-orang yang melakukan penelitian terhadap media dan konsumen (pasar). Umumnya terdiri dari psikolog dan sosiolog yang mampu mendesain model perilaku konsumen dan media.
- *Client Service Group* (Kelompok Hubungan dengan Klien). Terdiri dari para AE yang merupakan petugas penghubung bagi *account*.