

MEDIA

DALAM RUANG LINGKUP PERIKLANAN / DKV

(Project by Program / Media)

MEDIA

Adalah alat/sarana komunikasi
untuk menyampaikan pesan
pengiklan kepada target
konsumen

*In the business world, we think of a medium as a way to transfer and convey
information about goods or services from the producer to the consumer*

Helen Katz

Tugas Ahli Media (Di Agen Periklanan)

- **THE MEDIA PLANNER**

Bertugas sebagai perencana dan pemilih media terbaik untuk membawa pesan2 iklan kepada target konsumen

- **THE MEDIA BUYER**

Bertugas sebagai pembeli 'ruang' & 'waktu' media

ATL & BTL

(MEDIA TRADISIONAL)

Katagori Media

ATL - Above The Line

- Bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam membangun citra merek
- Jangkauan luas dan memiliki ada jaringan
- Media yang “disewa”, dimana agency mengambil keuntungan dari komisi pemuatan iklan

BTL - Below The Line

- Bertujuan untuk membina hubungan dan kegiatan langsung antara produk dan konsumen.
- Jangkauan tidak luas dan bersifat personal, tak perlu jaringan
- Media yang “tanpa sewa” dimana agency mengambil keuntungan dari “mark up” biaya produksi

PE TA MEDIA "TRADISIONAL"

MEDIA

Above The Line

Press / print

Koran

Nasional
Regional
Gratis

Majalah

Umum
Khusus

Jurnal

Direktori

TV

Video

Video
Games

Radio

Outdoor

Billboard
Banner
Poster

Static
Kinetic
Nasional

Theatre

Below The Line

Literatur

Leaflet
Flyers
Folder
Brochures
Broadsheet
Catalog
Postcard
Stationery
Insertation

Point of sales

Inhouse ads.
Hanging mobile
Product sample
Lifesize model
Dispenser box
Mini poster
Sicker
Service projects

Sky ads.

Tulisan
Suara
Flying banner
Baloon

Body ads.

Topi
Kaos
Uniform

Gifts

Payung
Korek api
Ballpoint
Asbak
Jam
Mug
G. Kunci

STRATEGI DISTRIBUSI MEDIA

Contoh : TABEL STRATEGI **DISTRIBUSI MEDIA** dalam Sebuah Kampanye ILM/PSA (Lengkap)

Tabel 1. *Alur Media dan Penyampaian Pesan*

Media Yang Digunakan untuk menyampaikan pesan berdasarkan metoda trough the line (TTL)					
Media Utama					
			Jenis Media	Tahapan Kampanye	Saluran Media
ATL	Iklan Media Cetak		Koran	Tahap I dan II	Pikiran Rakyat, Tribun Jabar, Galamedia
			Majalah	Tahap I dan II	Venue, Franchise , SWA
			Tabloid	Tahap I dan II	Peluang Usaha
	Iklan Media Elektronik		Web Banner	Tahap II	Millis Craft
BTL	Poster		Poster	Tahap I dan II	Deperindag, Dekranasda Jabar dan Kanwil
					Hukum dan Ham Jabar Bank, ATM
Media Penunjang					
ATL	Iklan Media Elektronik		TVC	Tahap II	Stasiun Tv Lokal, KA TV TVRI JABAR BANTEN
			Iklan Radio	Tahap II	Radio Elshinta, I-radio, RRI
BTL	X-Banner		Pameran Kerajinan	Tahap II	Pameran Kerajinan
	Alterenatif Media		Truck Container	Tahap II	Truck Container
	Merhandise		Mug, Kalender		Penyebaran Lewat Pameran maupun Penyuluhan

Tabel 2. *Jadwal Perencanaan Media*

[illegible]

Kedudukan / Posisi Media dalam Struktur Komunikasi Marketing

MARKETING COMMUNICATION STRUCTURE



ALTERNATIF MEDIA (1)

MEDIA ALTERNATIF

adalah pemanfaatan struktur fasilitas umum, bangunan atau benda pakai yang sudah ada diambil dan dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi untuk penyampai pesan.

“Ambient media is *structureless* as it takes what is around us and uses that to communicate its message,”

ADA BEBERAPA PERMASALAHAN YANG MEMBUAT **ALTERNATIF MEDIA** HARUS HADIR :

- Masyarakat sudah jenuh dengan pesan dan informasi. Setiap hari ribuan pesan berusaha mencuri perhatian khalayak.
- Dalam kondisi jenuh informasi, tidak ada orang yang dengan sengaja ingin melihat iklan kita.
- Semakin meningkat terpaan iklan pada publik, maka penolakan publik semakin meningkat terhadap iklan.

Kita harus terus mencari cara-cara baru untuk memikat konsumen. Karena konsumen cepat bosan.

“Nobody looks at advertising on purpose”

Howar Gossage – 40 thn.lalu

Yang menarik... dari
ALTERNATIF media adalah,
bagaimana memanfaatkan
“Connecting Message” berupa
objek benda pakai atau struktur
bangunan yang sudah ada diambil
dan dimanfaatkan sebagai
medium untuk komunikasi
penyampai pesan.



- non-traditional | non-standard medium
- out of home
- unusual public spaces
- using existing structures in strategic locations
- more visible
- innovative
- cost effective
- guerilla tactics

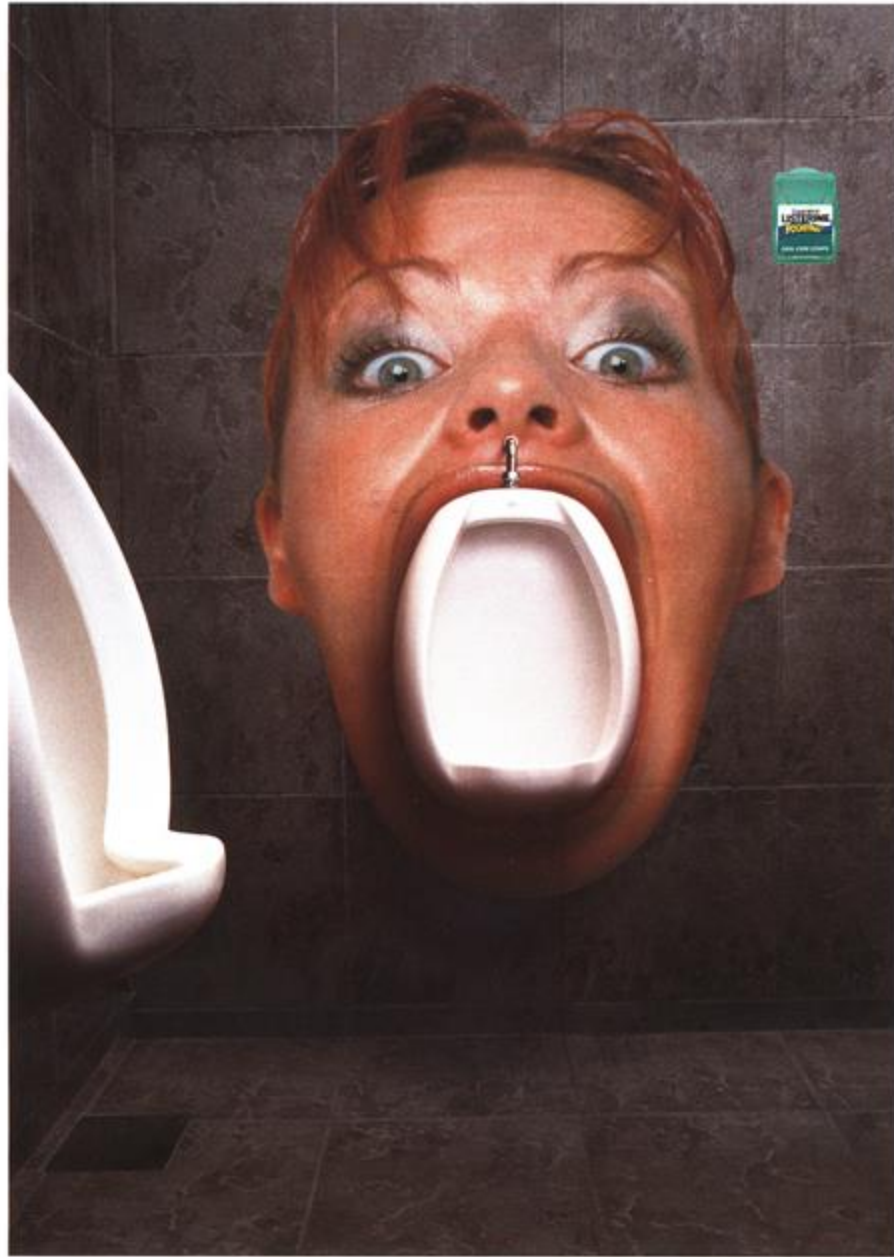
***“Alternatif Media is in your face,
without you being aware of it.”***

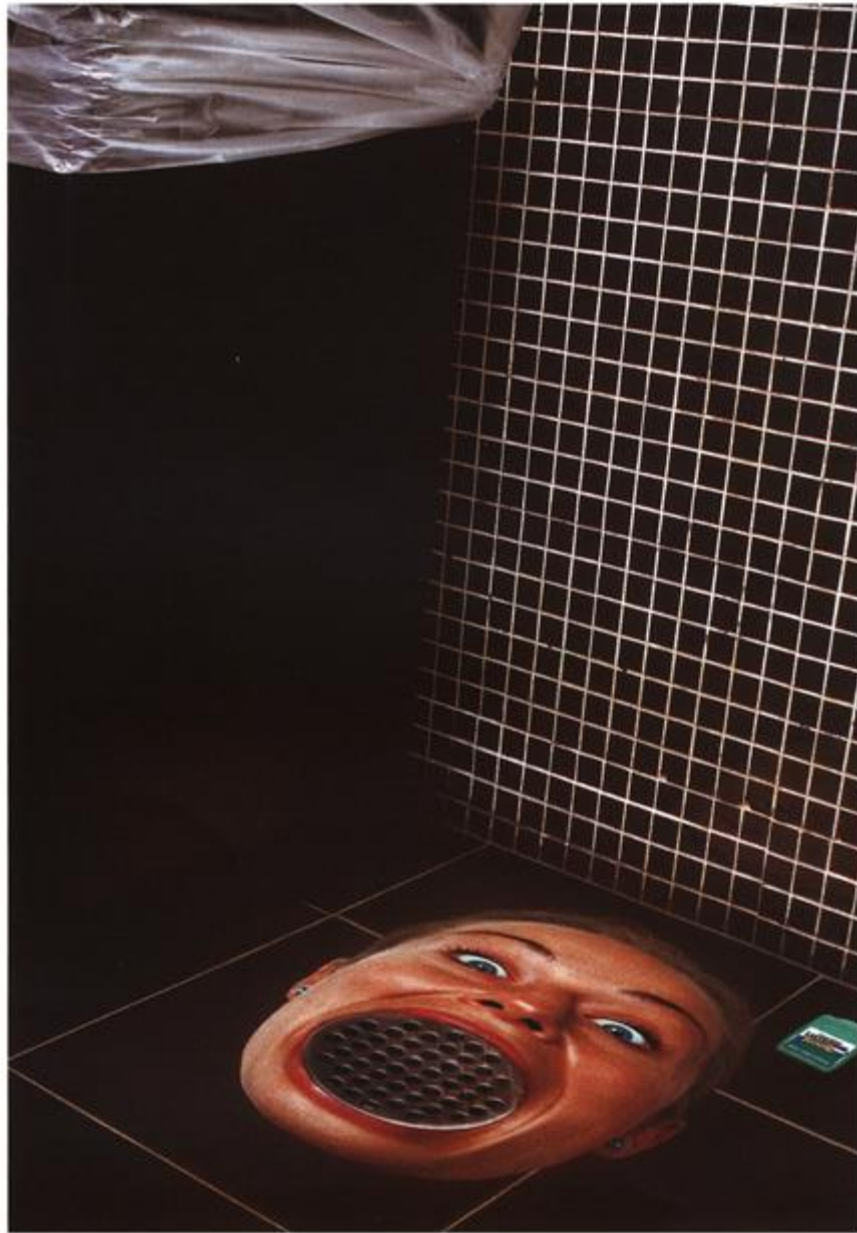
Carl Tooney, director of National Vehicle Advertising

...unlimited examples...

- **Mediums are categorized into car park media, elevator media, projection media, building media, inflatable media, washroom media and floor media.**
- **Public senses are surrounded with advertisements on ceilings, in car parks, on elevator doors and on floors | in a public toilet.**
- **Messages on the backs of car park receipts | at the bottom of golf holes | on hanging straps in railway carriages | on the handles of supermarket trolleys | on the sides of egg cartons | even on the eggs themselves | casino ticket vouchers | prescription pharmacy bags | dry cleaner hangers & bags | golf carts | pizza boxes**
- **It also includes such techniques as projecting huge images on the sides of buildings, or slogans on the gas bags of hot air balloons.**















Reach out to children with autism

www.dubaiautismcenter.ae
+971 4 398 68 62



مركز دبي للتوحد
Dubai Autism Center

971 4 398 68 62
www.dubaiautismcenter.ae

Dubai Autism Center
www.dubaiautismcenter.ae



08.00



07.00



10.00



14.00

05.00



POINT OF CONTACT



23.00



20.00



19.00



CONSUMER JOURNEY

Ikuti konsumen?

1. Jelajahi setiap celah **point of contact**. Yaitu setiap kesempatan untuk menghubungkan merek dengan konsumen.
2. Amati keseharian konsumen-cari **saat/waktu, keadaan, dan tempat** di mana mereka paling berpotensi untuk memikirkan atau memakai yang akan ditawarkan.
3. Rengkuh konsumen dengan kebutuhan dan interest-nya, serta katakan keuntungan/ keunggulan merek secara langsung! Dan **katakan semua dalam 3 detik**

**Syarat harus selalu memakai medium
yang tidak basi / medium baru**

*“Ambient media is in your face, without you
being aware of it.”*

Carl Tooney, Director of National Vehicle Advertising



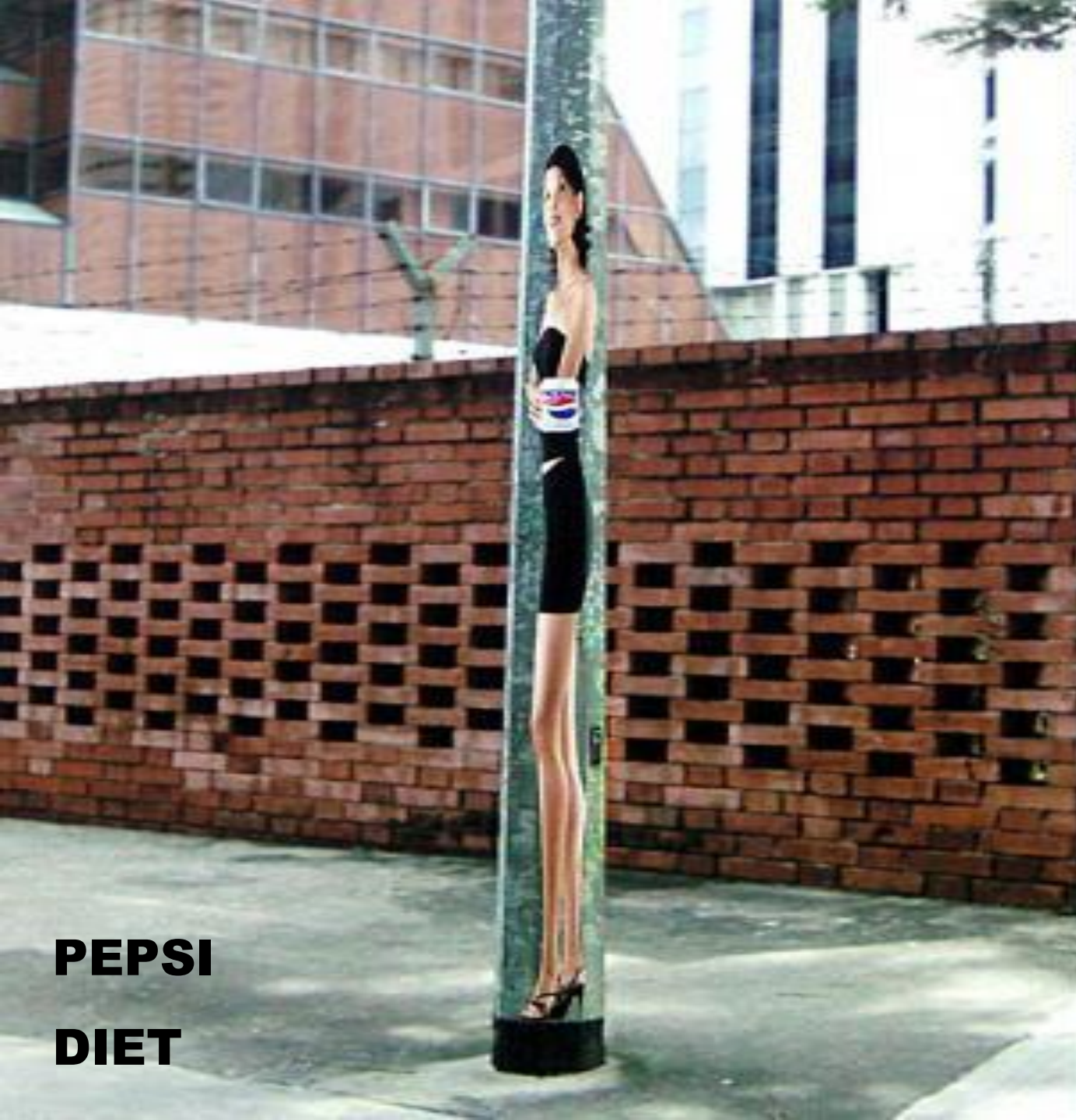


MENCARI “STATE OF MIND CONSUMEN

WAKTU	AKTIVITAS KONSUMEN	TEMPAT	POINT OF CONTACT
Pagi 04.00 - 06.00 WIB 06.00 - 07.00 WIB 07.00 - 08.00 WIB 08.00 - 10.00 WIB	Pagi Bangun Pagi - Sholat Jogging - Mandi - Sarapan Dandan - Berpakaian Ke Kantor - Sampai di Kantor	Kamar Tidur Jalan, Taman, Tempat Parkir.	Bantal Guling, Atap, Tiang Listrik, Trotoar, Pagar, Taman, Pintu Parkir, Tangga.
Siang 11.00 - 12.00 WIB 12.00 - 13.00 WIB 13.00 - 14.00 WIB 14.00 - 15.00 WIB	Siang Aktifitas di Kantor - Rapat Sholat - Istirahat - Makan Siang Presentasi - Survei - Searching Ruang Kerja - Ketemu Client	Interior Gedung, Lobbi, Tangga Darurat, Hydran, Lift, Elevator, Café/ Kantin,	Pintu Kaca, Handle Pintu, Sofa, Meja, Asbak, Taplak Gantungan Koran, Tangga Darurat, Hydran.
Sore 15.00 - 16.00 WIB 16.00 - 17.00 WIB 17.00 - 18.00 WIB	Sore Survey Lapangan - Cuci Muka Buang Air Kecil - Pulang Kantor Di Perjalanan	Jalan Protocol Macet, Kondisi Sore,	Wastafel, Tiang Billboard, Shalter, Bis Kota, Penyangga Jembatan Layang, Pipa Air.
Malam 18.00 - 19.00 WIB 19.00 - 20.00 WIB 20.00 - 21.00 WIB 21.00 - 22.00 WIB 22.13 - 23.00 WIB 23.00 - 24.00 WIB	Malam Fitness - ke Café Shopping - Clubing Ke Rumah - Istirahat - Ngemil Nonton TV - Baca2 - Hobi Chatting Tidur	Ruangan di Mall Koridor Mall, Halaman Mall/Toko, Ruang Café,	Pancuran Air, Lantai Kramik, Kursi Café, Kaca Dinding Tembus Pandang



Client: Stabilo. Agency: Batey Singapore. Creative Directors: Andy Blood, Sion Scott-Wilson. Writer: KC Chan. Art Director: Chin Yen Yii



**PEPSI
DIET**







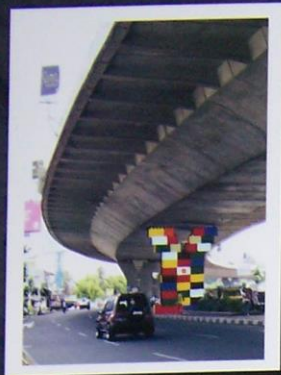


Client
AXN

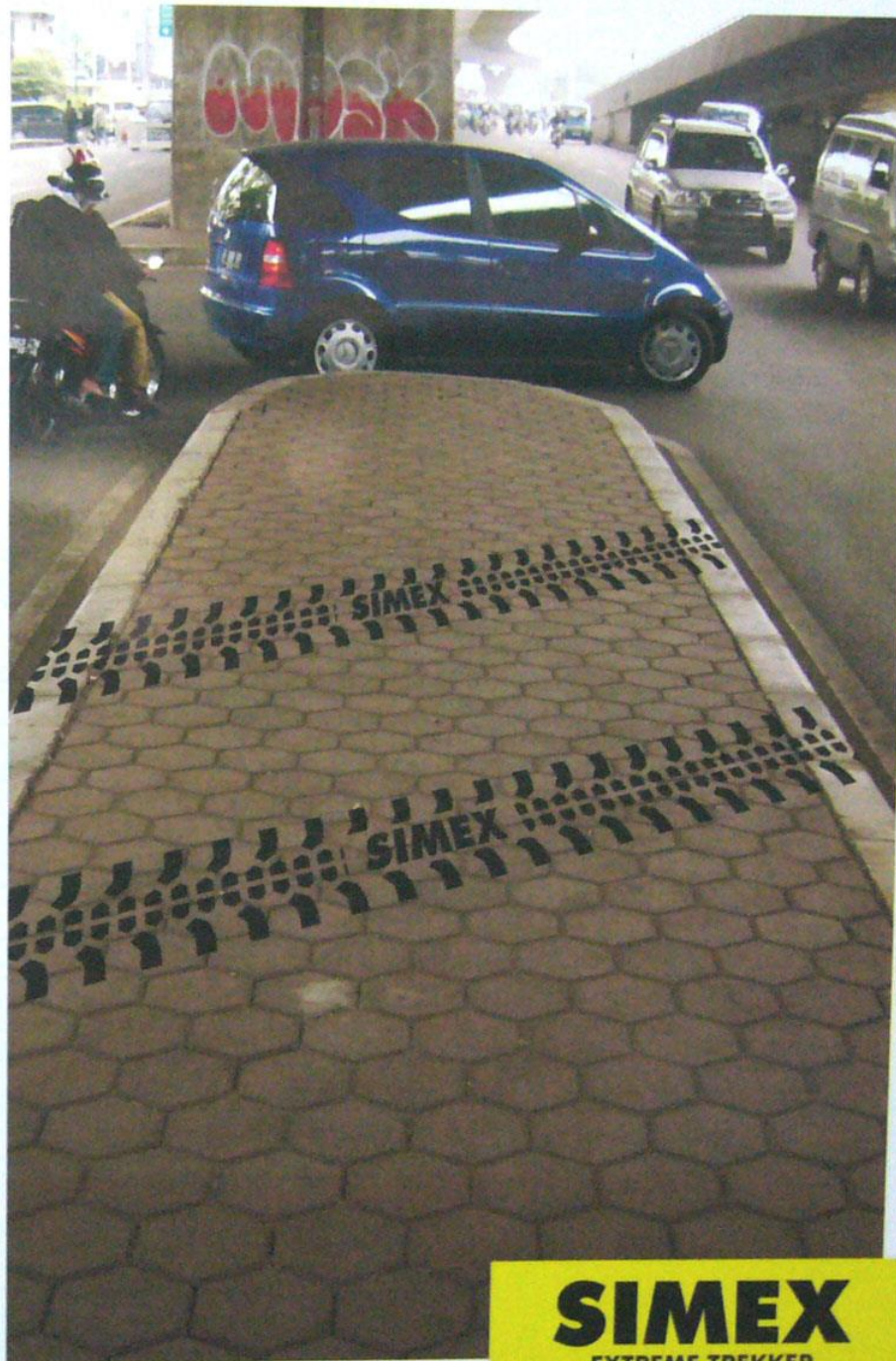
Agency
TOMA Singapore











TTL – BAN SIMEX

SIMEX
EXTREME TREKKER

[illegible]

Produção Industrial cresce no menor ritmo desde maio de 2003

Partidos políticos lideram pesquisa sobre percepção de corrupção

For information on the products and services offered by the companies listed below, please contact the person listed or write to the company at the address given. For more information on the products and services offered by the companies listed below, please contact the person listed or write to the company at the address given.



<p>Share 50% 10%</p> <p>50% 10%</p> <p>10% 50%</p> <p>Share 50% 10%</p>	<p>Share 50% 10%</p> <p>50% 10%</p> <p>10% 50%</p> <p>Share 50% 10%</p>
---	---

[illegible]

Univ.-A. Lamm
dirt combinator
dynamische

diverse community disagreements

DEBATE INSTITUCIONAL

Novo programa de concessão de rodovias privilegia usuário

Na primeira fase, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias.

O novo programa de concessão de rodovias, que será lançado em 2007, prevê a licitação de 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. O programa é dividido em duas fases. Na primeira, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. Na segunda, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias.

O novo programa de concessão de rodovias, que será lançado em 2007, prevê a licitação de 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. O programa é dividido em duas fases. Na primeira, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. Na segunda, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias.

Investimentos em Minas

O novo programa de concessão de rodovias, que será lançado em 2007, prevê a licitação de 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. O programa é dividido em duas fases. Na primeira, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. Na segunda, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias.

O novo programa de concessão de rodovias, que será lançado em 2007, prevê a licitação de 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. O programa é dividido em duas fases. Na primeira, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. Na segunda, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias.

INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

GM amplia os cortes na Opel

A General Motors (GM) anunciou que vai ampliar os cortes na Opel. A empresa vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008. A GM vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008.

A General Motors (GM) anunciou que vai ampliar os cortes na Opel. A empresa vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008.

A General Motors (GM) anunciou que vai ampliar os cortes na Opel. A empresa vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008.

A General Motors (GM) anunciou que vai ampliar os cortes na Opel. A empresa vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008.

A General Motors (GM) anunciou que vai ampliar os cortes na Opel. A empresa vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008.

A General Motors (GM) anunciou que vai ampliar os cortes na Opel. A empresa vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008.

REQUISITO

O novo programa de concessão de rodovias, que será lançado em 2007, prevê a licitação de 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. O programa é dividido em duas fases. Na primeira, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias. Na segunda, o governo vai licitar 100 km de rodovias para serem administradas por concessionárias.

INDÚSTRIA

Governo francês reduz sua parte na Air France-KLM

Participação oficial na empresa francesa caiu para 49,9%.

O governo francês anunciou que vai reduzir sua participação na Air France-KLM para 49,9%. A redução será feita em 2007 e 2008. O governo francês vai reduzir a participação para 49,9%.

O governo francês anunciou que vai reduzir sua participação na Air France-KLM para 49,9%. A redução será feita em 2007 e 2008. O governo francês vai reduzir a participação para 49,9%.

O governo francês anunciou que vai reduzir sua participação na Air France-KLM para 49,9%. A redução será feita em 2007 e 2008. O governo francês vai reduzir a participação para 49,9%.

Depois de fazer a barba, cuide da sua pele.



NIVEA For men. Para o homem que cuida de si.



INDÚSTRIA

Vale compra novos vagões

A Vale anunciou que vai comprar novos vagões. A empresa vai comprar 100 vagões. A compra será feita em 2007 e 2008. A Vale vai comprar 100 vagões.



INDÚSTRIA

Vasp reduz participação no setor

A Vasp anunciou que vai reduzir sua participação no setor. A empresa vai reduzir a participação para 49,9%. A redução será feita em 2007 e 2008. A Vasp vai reduzir a participação para 49,9%.

A Vasp anunciou que vai reduzir sua participação no setor. A empresa vai reduzir a participação para 49,9%. A redução será feita em 2007 e 2008. A Vasp vai reduzir a participação para 49,9%.

A Vasp anunciou que vai reduzir sua participação no setor. A empresa vai reduzir a participação para 49,9%. A redução será feita em 2007 e 2008. A Vasp vai reduzir a participação para 49,9%.

INDÚSTRIA

Montadoras do Mercosul...

A indústria automotiva do Mercosul anunciou que vai reduzir a produção. A indústria vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008. A indústria vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano.

A indústria automotiva do Mercosul anunciou que vai reduzir a produção. A indústria vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008. A indústria vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano.

A indústria automotiva do Mercosul anunciou que vai reduzir a produção. A indústria vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano. A redução será feita em 2007 e 2008. A indústria vai reduzir a produção de 100 mil unidades por ano.

País	2006	2007	2008
Brasil	1.000	1.000	1.000
Argentina	1.000	1.000	1.000
Uruguai	1.000	1.000	1.000
Paraguai	1.000	1.000	1.000
Venezuela	1.000	1.000	1.000
Colômbia	1.000	1.000	1.000
Peru	1.000	1.000	1.000
Chile	1.000	1.000	1.000
Ecuador	1.000	1.000	1.000
Bolívia	1.000	1.000	1.000
Paraguai	1.000	1.000	1.000
Uruguai	1.000	1.000	1.000
Argentina	1.000	1.000	1.000
Brasil	1.000	1.000	1.000





The Orange All India South Asia Rugby Tournament
bombay gymkhana, sep 24 - oct 1, 2005

Visit [Orangeworld](http://www.orange.co.in) for match schedules, results and more www.orange.co.in



Hutchison Eassey

KESIMPULAN

- Memahami konsumen secara menyeluruh adalah kunci untuk menghidupkan brand.
- Brand dapat hidup “dengan sendirinya dengan memaksimalkan penggunaan “point of contact”.
- Hasil Ambient Media yang baik adalah “bentuk iklan tapi seperti bukan iklan”

CONTOH PROJEK KAMPANYE

BIKE to WORK

Keyword :

*"Bebas Nga Ribet, Hemat
dan Sehat"*



**BEBAS
KALAU PUNYA
PILIHAN SENDIRI ...**

BEBAS
KALAU PUNYA
PILIHAN SENDIRI ...













JANGAN MAU
SAMA
DENGAN
YANG
LAEN





