



Media Periklanan

Media Elektronik

*By : Dr. Oriza Agustin, S.S., M.Si., as a Lecturer
And Elin Wiji as an Advertising Practitioner*





Media Elektronik

Adalah media yang menggunakan energi elektromekanis bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya

Iklan media elektronik adalah iklan yang penyebarannya menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, dan internet



2

Iklan Televisi

Iklan media televisi merupakan iklan elektronik yang paling luas jangkauannya dan paling mudah dinikmati. Menampilkan konten audio dan visual sehingga dapat iklan yang ditampilkan menjadi lebih menarik

Kelebihan Iklan televisi :

1. Jenis konten yang ditayangkan atau disiarkan bersifat visual, audio, dan motion (gerakan).
2. Format kontek yang dapat disiarkan sangat fleksibel.
3. Daya tariknya kuat, sehingga jauh lebih mampu untuk menjangkau lebih banyak audiens.
4. Jangkauannya luas, sehingga potensi audiens yang dapat dijangkau jauh lebih besar.
5. Gengsinya lebih tinggi (lebih prestisius).
6. Dampak yang diberikan oleh iklan di media televisi lebih kuat, apalagi jika dibandingkan dengan iklan di radio.

Kelemahan Iklan televisi :

1. Biayanya mahal.
2. Penayangannya dalam durasi yang sangat singkat, sehingga pengiklan harus mampu mendesain konten yang atraktif terlepas dari terbatasnya waktu.
3. Audiens yang dijangkau cenderung tidak selektif saat menyaksikan konten iklan yang ditayangkan.



3

Iklan Radio

Radio adalah media audio yang mengandalkan indera pendengaran untuk menarik audiens.

Kelebihan Iklan radio :

1. Penggunaannya yang luas di tengah masyarakat.
2. Penggunaannya dapat dispesialisasikan berdasarkan faktor tertentu, misalnya demografis dan geografis.
3. Biaya produksi iklan di radio cenderung lebih murah.
4. Dapat dimanfaatkan untuk mendukung kampanye atau iklan di media cetak maupun media elektronik lainnya.
5. Sifatnya fleksibel.
6. Lebih mudah untuk disisipkan di tengah acara radio.
7. Bukan merupakan media yang bersifat musiman.

Kelemahan iklan radio :

1. Konten iklan hanya dapat disajikan dalam format suara .
2. Iklan di radio umumnya disuarakan cepat-cepat.
3. Konten iklan di radio harus disesuaikan dengan daerah tempat iklan tersebut akan disiarkan.
4. Pengiklan sulit untuk membuktikan apakah jangkauan siaran iklan sesuai dengan yang dipesan.



4

Iklaan Internet

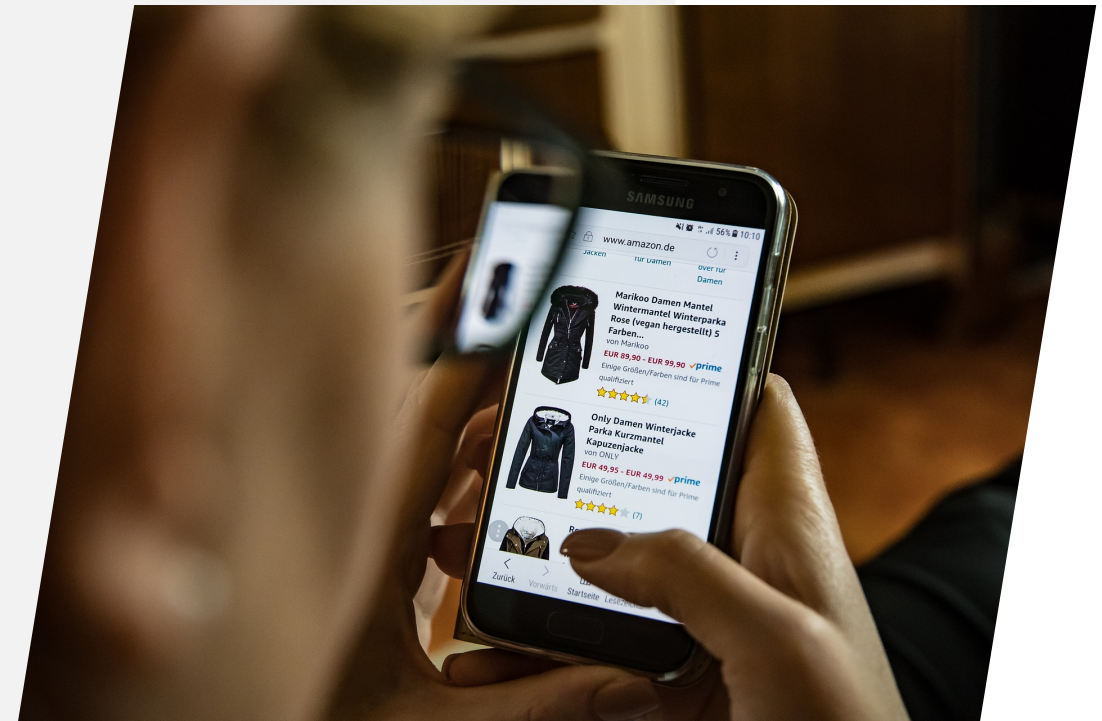
iklan yang satu ini menggunakan internet sebagai media perantaranya. Dengan demikian, audiens yang ditarget oleh pengiklan adalah mereka yang juga pengguna internet

Kelebihan iklan internet :

1. Biayanya relatif lebih murah, bahkan gratis, meskipun ada trik tertentu yang harus dipertimbangkan.
2. Kemampuan untuk menjangkau audiens yang sangat luas.
3. Pengiklan dapat menyasar audiens yang lebih spesifik

Kekurangan iklan internet:

1. Masih banyak pengguna pemula yang beranggapan kalau sekali beriklan di internet, pembeli akan langsung datang. Padahal ada proses yang harus dijalani juga.
2. Tidak semua orang mempunyai perangkat atau kemampuan mengakses internet
3. Bagi pengiklan yang kurang menguasai internet, penggunaannya cenderung sulit untuk dipahami.
4. Kecenderungan pengguna yang kurang memaksimalkan berbagai media promosi yang dapat digunakan di internet.



Langkah-langkah Membuat iklan elektronik

5



1. Siapkan terlebih dahulu produk apa yang ingin kita tayangkan sebagai iklan.
2. Pilih media elektronik yang cocok untuk memasarkan produk.
3. Membuat rancangan iklan dan lakukan proses pembuatan iklan
4. Lakukan riset untuk menentukan waktu paling tepat untuk menayangkan iklan.
5. Iklan siap ditayangkan di media elektronik pilihan.

Macam Iklan elektronik berdasarkan medianya

Iklan Televisi

1. Live Action
2. Animation
3. Stop Action
4. Musik/Jingle
5. Sponsor Program
6. Running Text
7. Backdrop
8. Credit Title
9. Ad-lib
10. Promo Ad
11. Superimposed
12. Property endorsement
13. Caption
14. Bumper in/out

Iklan Radio

1. Ad-lib
2. Spot
3. Sponsor program
4. Talkshow
5. insert

Iklan Internet

1. Website
2. Banner dan tombol
3. Sponsorship
4. Classified Ads
5. E-mail marketing

