

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi Agensi Iklan Digital Heroleads Indonesia dalam menciptakan Iklan Digital (Studi Deskriptif pada Iklan Digital BINUS University

Salma Aisyah Ramadhany

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77118&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemajuan teknologi ditandai dengan munculnya internet dan media sosial sangat menguntungkan seluruh aspek kehidupan manusia, karena dinilai praktis dan efektif tak terkecuali dunia periklanan. Saat ini dunia periklanan mulai berevolusi dari media konvensional ke media digital. Inilah yang melatarbelakangi munculnya industri kreatif baru yaitu agensi iklan digital. Untuk mencapai tujuan perusahaannya, agensi iklan digital membutuhkan penerapan dari teori pengorganisasian agar dapat mengelompokkan berbagai jobdesc berdasarkan keahlian yang dikuasai oleh para staff guna mencapai tujuan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk. Mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh agensi iklan digital Heroleads Indonesia dalam menciptakan suatu iklan digital bagi kliennya di bidang Pendidikan yaitu BINUS University.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data didapatkan dari wawancara mendalam terhadap tiga narasumber yakni para staff agensi iklan Heroleads Indonesia yang sudah ditentukan sesuai dengan kriteria.

Hasil dari penelitian ini adalah banyaknya upaya yang dilakukan oleh Heroleads Indonesia dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan menerapkan teori pengorganisasian secara tepat dan sesuai dengan tujuan. Seperti halnya pengorganisasian yang dilakukan dalam menciptakan suatu iklan digital BINUS University yakni para staff mengerjakan proyek sesuai dengan jobdesc nya masing masing, selain itu juga diadakan banyak event antar staff untuk menjaga kekompakan para staff dan memelihara iklim prganisasi agar tetap stabil.