

ditargetkan perusahaan, mempresentasikan produk atau jenis iklan dan mengeksekusi iklan bersama tim kreatif.

Peneliti dalam hal ini menyimpulkan yang pertama dilakukan oleh PT. Citra Televisi Lamongan adalah mencari calon klien, menentukan siapa pengiklan yang hendak memasang iklannya di PT. Citra Televisi Lamongan. Karena inti dari periklanan adalah pengiklan sebagai pemilik pesan yang akan diterbitkan dan pengiklan juga merupakan pemasok hidup mati perusahaan PT. Citra Televisi Lamongan. Calon klien adalah sebagai inti dari manajemen periklanan. Yang bertugas paling dominan adalah *Account Eksekutif*, *Account Eksekutif* adalah orang yang ditunjuk perusahaan sebagai penghubung dalam melayani klien, tugas utama dari AE adalah mencari klien serta memberikan saran-saran kepada klien yang ditanganinya dan mempelajari tuntutan yang dikehendaki klien terhadap iklannya.

Klien adalah inti dalam manajemen periklanan, karena klien sebagai pemilik modal dalam pembuatan iklan dan pemasukan bagi perusahaan. PT. Citra Televisi Lamongan memiliki perencanaan tersendiri tentang bagaimana supaya klien tertarik untuk memasang iklannya di PT. Citra Televisi Lamongan. Yang pertama dilakukan adalah memperkenalkan PT. Citra Televisi Lamongan kepada klien tentang rubrik-rubriknya, segmentasinya serta keunggulan-keunggulan PT. Citra Televisi Lamongan. Selain itu tampilan PT. Citra Televisi Lamongan juga harus didesain semenarik mungkin, mulai dari isi pesan hingga *konsep* nya untuk menarik minat pemirsa. Jika banyak masyarakat yang menonton PT. Citra Televisi

Lamongan otomatis para calon klien akan berpikir jika produk / jasanya di iklankan melalui media televisi lokal PT. Citra Televisi Lamongan maka masyarakat seluruh Lamongan dapat dipastikan mengetahuinya dan barang-barangnya akan laku dipasaran karena sudah banyak yang mengenal dan pengiklan tidak perlu susah-susah untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat Lamongan.

Disini *Acoount Eksekutif* berperan aktif dalam menjual space iklan, karena *Acooun Eksekutif* atau AE memiliki fungsi sebagai ujung tombak dan penghubung dengan klien. Oleh sebab itu AE harus memiliki motivasi yang tinggi dan keterampilan serta loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan periklanan PT. Citra Televisi Lamongan.

Masyarakat Lamongan sangat beraneka ragam, ada yang dari golongan menengah kebawah, menengah keatas dan biasa saja. Berbagai macam bentuk dan model berkumpul dan bersama sehingga terbentuklah sebuah masyarakat yang heterogen. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang heterogen maka informasi PT. Citra Televisi Lamongan tampil sebagai media televisi lokal yang terletak ditengah-tengah yang golongan *middle*.

Golongan *middle* ini sesuai dengan masyarakat Lamongan yang masyarakatnya heterogen dan memiliki kebutuhan yang kompleks. Untuk itu PT. Citra Televisi Lamongan berusaha menampilkan iklan yang bervariasi, misalkan iklan Tvc, iklan Teks Stiiil, iklan Running Teks dan masih banyak lagi macamnya. Untuk meembuat iklan yang bervariasi dan bermacam-macam bentuknya PT. Citra Televisi Lamongaan membutuhkan

bekerja keras dan giat serta membimbing mereka dalam melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien.

PT. Citra Televisi dalam pelaksanaannya memberi motivasi bagian periklanan sebagai pendongkrak semangat kerja account executive. Setiap account executive akan mendapatkan Fee 10% dari harga iklan Rp.5.000.000,- untuk satu bulan jadi yang di terima dalam satu iklan Rp.500.000,- dan tim produksi atau kreatif juga mendapatkan biaya produksi serta transport Sebesar Rp.150.000,- . Hal ini efektif mendongkrak kinerja karyawan sehingga advertising bisa berjalan sesuai target dan jadwal tayang yang ditentukan.

Implementasi advertising pada PT. Citra Televisi dalam pelaksanaannya dilakukan dengan sistem upah defferensiasif artinya semakin tinggi prestasi kerja maka akan semakin tinggi upah yang diterima. Sistem itu dilakukan dengan target Rp.25.000.000,-/bulan untuk setiap marketing. Marketing akan mendapatkan fee 10% dari harga iklan, jika memenuhi target marketing akan menerima fee sebesar Rp.2.500.000,- dan apabila melebihi target akan mendapatkan fee kelebihan target 2,5% dari kelebihan target, belum gaji yang diterima setiap bulan Rp.1.750.000,- sehingga proses advertising berjalan cepat dan tepat.

hal ini terbukti sangat efektif sebagai motivasi untuk karyawan agar dapat bekerja keras dan giat sehingga dapat menyelesaikan tugas yang harus dikerjakan dengan cepat.

4. Implementasi Pengawasan *Controlling Advertising*

Implementasi advertising pada PT. Citra Televisi dalam hal pengawasan atau *controlling* dilakukan dengan sistem kekeluargaan artinya berkomunikasi dengan santai selayaknya keluarga, hal ini efektif karna menghilangkan kesan antara atasan dengan bawahan. Manajer advertising citratv selaku motor penggerak memiliki kedekatan secara baik layaknya keluarga sendiri, sehingga devisi merasa nyaman setiap ada masalah dan kendala baik internal perusahaan maupun pribadi bisa di selesaikan dengan baik.

Dalam hal ini PT. Citra Televisi Lamongan melakukan sebagai tindakan memeriksa dan membandingkan hasil yang dicapai dengan standar-standar yang telah disepakati dengan rencana yang sudah ditentukan.

Pengawasan yang dilakukan manajer periklanan adalah meliputi tentang ukuran iklan, warna, komponen-komponen iklan yang seperti pesan dan gambar, tata letak iklan apakah sesuai dengan yang diharapkan klien dan berapa iklan yang didapat dalam satu bulan oleh AE apakah sesuai dengan yang ditargetkan. Pengawasan dilakukan dalam setiap aktifitas mulai dari awal hingga akhir untuk meminimalisir kesalahan.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Implementasi manajemen advertising PT. Citra Televisi Lamongan dalam implementasinya menggunakan Teori Maslow. Teori Maslow menggambarkan bahwa setiap perusahaan atau Manajemen terdiri dari supra sistem, sistem dan subsistem. Yang dimana setiap sistem mempengaruhi sistem yang lainnya.

Maslow mendefinisikan bahwa kelima kebutuhan tersebut berlaku secara Hierarkis, artinya pemenuhannya berawal dari tingkatan yang paling bawah, yaitu kebutuhan fisik, hingga tingkatan yang paling tinggi, yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri. Kebutuhan yang Hierarkinya lebih tinggi cenderung tidak akan memotivasi tenaga kerja sekiranya kebutuhan pada Hierarki yang lebih bawah belum terpenuhi.²⁰

Dalam prakteknya teori sistem pada manajemen advertising PT. Citra Televisi yang juga menitik beratkan teori Maslow dalam operasional sebagai bentuk motivasi dalam bekerja, yang diharapkan mampu mendongkrak kinerja dengan baik, ikhlas dan tanpa paksaan. Lima kebutuhan ini tidak dapat di pisahkan karena saling terkait dengan kehidupan dan kebutuhan individu karyawan perusahaan terkait dalam pemenuhan kebutuhan biaya hidup pribadi dan keluarga.