

Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu

Morissan, M.A., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20294588&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi telah memupus batasan geografis dan menjadikan seluruh titik dunia ini pada saling terhubung. Lompatan dan revolusi teknologi telah membawa perubahan besar dalam berbagai hal, terutama pemasaran. Jika masa lalu pemasaran dan promosi berjalan sendiri-sendiri, sekarang semakin banyak perusahaan besar yang menyatukan pemasaran dan promosi ke dalam sebuah saluran komunikasi terpadu. Hal tersebut dimaksudkan agar produk yang dilempar ke pasar bukan saja bertindak sebagai sarana membangun hubungan erat - dan jika memungkinkan, emosional - dengan para pelanggan dan para supplier, juga sebagai sarana mengukuhkan citra merek dan perusahaan itu sendiri.

Perkembangan dan kecenderungan ini ditingkatkan oleh penulis dengan membicarakan konsumen: perilaku dan berbagai faktor yang memengaruhi mereka dalam membuat keputusan membeli di bagian awal, kemudian dilanjutkan dengan menyajikan berbagai aspek periklanan dan implikasinya dalam pembuatan saluran pemasaran terpadu. Maka rentang bahasannya pun dimulai dari iklan: macam dan jenisnya serta perusahaan iklan, strategi kreatif dalam beriklan dan diakhiri dengan proses persiapan media.