

Gambaran Umum Iklan dan Komunikasi

Periklanan Sebagai Proses
Komunikasi

PENDAHULUAN



Proses bertukar pesan yang bersifat informatif, persuasif, serta terjadinya perubahan perilaku



Proses manajemen yang bertanggung jawab terhadap identifikasi, antisipasi, serta pemenuhan kebutuhan konsumen dan dalam waktu yang bersamaan, menciptakan keuntungan bagi perusahaan



Cara menjual melalui penyebaran informasi.

Keterkaitan Periklanan dan Komunikasi:

1. Iklan sebagai teknik penyampaian pesan dalam bisnis, secara otomatis menjalankan fungsi-fungsi yang diemban media massa
2. Iklan berfungsi komunikasi, yang berarti memberikan penerangan dan informasi mengenai suatu barang dan jasa



Periklanan Sebagai Proses Komunikasi

1. Komunikasi Pemasaran
2. Komunikasi efektif
3. Periklanan sebagai perubahan sikap, terkait dengan tujuan komunikasi
4. Periklanan terkait dengan tindakan komunikasi
5. Periklanan terkait dengan kendala-kendala komunikasi.

1. Komunikasi Pemasaran
periklanan sebagai salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran.
 - a. Periklanan harus mampu membujuk khalayak ramai
 - b. Periklanan harus mampu mengarahkan konsumen membeli produk yang telah dirancang
 - c. Periklanan harus dapat mempengaruhi pemilihan dan keputusan pembelian

2. Periklanan dan Komunikasi Efektif

Dengan membuat kalimat efektif, singkat dan simbol-simbol yang mudah dimengerti khalayak.

Ex. Simbol perdamaian

3. Periklanan Sebagai Perubahan Sikap

Periklanan dijadikan sebagai sarana kampanye mengenai pola hidup, pembelian produk dsb

4. Periklanan dan tindakan komunikasi

Periklanan tidak sekedar memberikan informasi, melainkan terjadi perubahan perilaku.

Ex. pembelian

5. Periklanan dan kendala komunikasi

Kendala dalam kegiatan komunikasi bisa saja akan terjadi dalam periklanan
Ex. Asumsi dan makna yang berbeda.

SEJARAH PERIKLANAN

1. Sebagai bagian dari tahapan pemasaran, periklanan merupakan tahapan yang paling penting.
2. Keberhasilan perkeconomian secara nasional banyak ditentukan oleh kegiatan-kegiatan periklanan dalam menunjang usaha penjualan.

- a. Bentuk awal periklanan
- b. Periklanan dalam era pertumbuhan perkotaan.
- c. Periklanan dan dunia modern

Bentuk Awal Periklanan

- Tidak terlepas dari kehidupan industri modern
- Biasanya sering dipakai oleh negara-negara yang sedang mengalami perkembangan ekonomi yang pesat.
- Periklanan digunakan sebagai cara menjual barang dengan memamerkan ala kadarnya
- Contoh seperti papan nama sederhana, tradisional periklanan seperti melukis di batu-batu, dinding dsb



Periklanan dalam Era Pertumbuhan Perkotaan

- Ekspansi penduduk dan pertumbuhan kota-kota yang dipenuhi oleh banyak toko dan pusat-pusat perdagangan
- Pola-pola produksi secara massal
- Terbentuk dan berkembangnya jaringan komunikasi
- Perkembangan dunia periklanan seiring dengan perkembangan media



Periklanan dan Dunia Modern

- Alat yang efektif untuk memasarkan produk
- Produsen dan distributor membutuhkan iklan untuk menjual barangnya, sedangkan pembeli membutuhkan informasi yang memadai mengenai produk dan jasa yang tersedia di pasar
- Peran biro iklan sebagai perantara pihak media massa dan para pengiklan
- Tuntutan fungsi-fungsi kreatif

Defenisi iklan :

Berasal dari kata ad-vere yang berarti mengoperkan pikiran kepada pihak lain.

“pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media”.

American Marketing Association (AMA), mendefenisikan iklan sebagai :
“bentuk penyajian dan promosi mengenai gagasan, barang, atau jasa kepada khalayak (non personal) oleh sponsor yang jelas, dan untuk itu dikenakan pembayaran.

Liliweri, menjelaskan iklan sebagai proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang , memberikan layanan, ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif

Prinsip dasar periklanan dalam perspektif komunikasi:

1. Adanya pesan tertentu
2. Dilakukan oleh komunikator (Sponsor)
3. Dilakukan dengan cara personal
4. Disampaikan untuk khalayak tertentu
5. Menyampaikan pesan dilakukan dengan pembayaran
6. Mengharapkan dampak tertentu.

Jenis Iklan

- Brand advertising
- Retail advertising
- Political advertising
- Directory advertising
- Direct respon advertising
- Business to business advertising
- Institutional advertising
- Public service advertising

	Brand advertising (iklan merek) Iklan ini fokus pada perkembangan dari merek suatu produk.

	Direct respon advertising (iklan tanggapan langsung) Iklan yang dapat menggunakan media iklan apapun, secara langsung pada konsumen
--	---

	Retail advertising (iklan eceran) Iklan ini fokus pada promosi suatu toko yang menjual berbagai macam produk

	Iklan antar bisnis Mempromosikan barang dan jasa non konsumen (perusahaan)

	Political Advertising (iklan politik) Jenis iklan untuk mempromosikan para tokoh politik ataupun partai politik.

	Iklan perusahaan Terkait dengan citra perusahaan

	Directory advertising (iklan direktori) Konsumen dapat langsung melihat sebuah iklan pada sebuah media iklan

	Iklan layanan masyarakat Fokus pada layanan masyarakat bersifat informatif, edukatif, terkait dengan fenomena dalam masyarakat

Fungsi Iklan

- Fungsi pemasaran
- Fungsi komunikasi
- Fungsi ekonomi
- Fungsi sosial

