

Periklanan

► Komunikasi
Pemasaran
Terpadu



Morissan, M.A.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU	1
Pendahuluan	1
Pengertian Pemasaran	2
<i>Relationship Marketing</i>	4
Bauran Pemasaran	5
Komunikasi Pemasaran Terpadu	6
Perkembangan IMC	12
Promosi	16
Iklan	17
Jenis-jenis Iklan	20
Iklan Bisnis dan Profesional	21
Pemasaran Langsung	22
Pemasaran Interaktif	23
Promosi Penjualan	25
Hubungan Masyarakat	26
Penjualan Personal	34
Manajemen Promosi	34
Proses Perencanaan Promosi	36
Analisis Situasi	40
Analisis Proses Komunikasi	42
Penentuan Anggaran	43
Merencanakan Program IMC	43
Pengawasan dan Evaluasi	45
Perspektif	45

BAB 2 PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM PROSES PEMASARAN

49

Analisis dan Strategi Pemasaran	51
Analisis Peluang	51
Analisis Kompetitif	52
Target Pemasaran	54
Proses Pemasaran.....	55
Identifikasi Pasar	56
Segmentasi Pasar.....	57
Target Pasar	70
Positioning	72
Perencanaan Pemasaran.....	74
Produk	75
Harga	78
Distribusi.....	80

BAB 3 PERILAKU KONSUMEN

83

Proses Keputusan Konsumen	85
Pengenalan Masalah.....	86
Motivasi Konsumen	89
Pencarian Informasi	93
Persepsi.....	96
Evaluasi Alternatif	100
Sikap	105
Proses Integrasi.....	109
Keputusan Pembelian	111
Perilaku Pembelian	113
Perilaku Pasca Pembelian	118
Komunikasi Pasca Pembelian.....	120
Pembelajaran Konsumen	121
Teori Pembelajaran Perilaku	122
Teori Pembelajaran Kognitif.....	126
Pengaruh Lingkungan pada Perilaku Konsumen	127
Budaya	128
Subbudaya	128

Kelas Sosial	129
Faktor Sosial.....	130

BAB 4 PERUSAHAAN PERIKLANNAN

133

Peserta IMC	134
Departemen Iklan dan Promosi	136
Sistem Terpusat	137
Sistem Desentralisasi	140
Biro Iklan Internal	144
Perusahaan Iklan	146
Full-Service Agency	148
Struktur Organisasi	153
Limited Service Agency	154
Kompensasi Perusahaan Iklan.....	155
Sistem Komisi.....	156
Sistem Upah, Biaya, dan Insentif	159
Biaya Persentase.....	161
Prospek	161
Evaluasi Perusahaan Iklan.....	162
Kehilangan Klien	162
Kertas Evaluasi Kinerja	163
Mendapatkan Klien Baru	166
Perusahaan Jasa Khusus	170
Pemasaran Langsung	170
Promosi Penjualan	171
Perusahaan Humas	172
Perusahaan Interaktif	173
Jasa Kolateral	174
Memilih Perusahaan Iklan	174

BAB 5 PERENCANAAN MEDIA

177

Langkah 1: Menentukan Audiensi Sasaran	181
Profil Media	182
Menentukan CDI dan BDI	185

Langkah 2: Menentukan Tujuan Media	189
Cakupan Target Pasar.....	190
Jangkauan	191
Target Jangkauan	195
Frekuensi	198
Frekuensi Efektif	200
Duplikasi Jangkauan.....	206
<i>Gross Rating Points</i>	207
Target GRP	210
Anggaran Iklan	213
Langkah 3: Menetapkan Strategi Media	217
Faktor Strategi Media	219
Bauran Media	222
<i>IMC Media Mix Factor</i>	228
Fleksibilitas	230
Langkah 4: Menetapkan Jadwal Media	231
BAB 6 IKLAN MEDIA PENYIARAN	235
Jangkauan Siaran Iklan	236
Stasiun Penyiaran Lokal	237
Stasiun Penyiaran Nasional.....	238
Stasiun Jaringan	239
Televisi	240
Kekuatan Iklan Televisi.....	240
Kelemahan Iklan Televisi.....	244
Televisi Berlangganan	246
Persaingan TV Berlangganan Memanas.....	247
Radio	250
Kekuatan Iklan Radio	250
Kelemahan Radio.....	253
Strategi Siaran Iklan	255
Kontrak Siaran Iklan	257
Menghitung Biaya Iklan	268
Peringkat Program TV	271

BAB 7 IKLAN MEDIA CETAK	279
Peran Majalah dan Surat Kabar.....	280
Majalah	281
Klasifikasi Majalah	282
Keunggulan Majalah	284
Kelemahan Majalah	292
Tantangan Majalah	297
Surat Kabar.....	301
Klasifikasi Surat Kabar	302
Jenis Iklan Surat Kabar	305
Keunggulan Iklan Surat Kabar	306
Kelemahan Surat Kabar	311
Pembaca Surat Kabar	313
Memasang Iklan Surat Kabar	315
BAB 8 IKLAN INTERNET	317
Membangun Situs Web.....	319
Tujuan Situs Web	321
Format Iklan Internet.....	324
Keunggulan Internet	327
Keterbatasan Internet.....	328
Promosi Penjualan.....	331
Penjualan Personal	332
Humas	333
Pemasaran Langsung	334
<i>Direct Mail</i>	334
Pemasaran Basis Data	335
<i>E-Commerce</i>	335
BAB 9 STRATEGI KREATIF IKLAN	339
Proses Kreatif	339
Kreativitas Iklan	342
Menentukan Daya Tarik Iklan	342
Eksekusi Kreatif.....	351

Taktik Kreatif	359
Taktik Kreatif Iklan Media Cetak	359
Taktik Kreatif Iklan Televisi	364
Perencanaan dan Produksi Iklan Televisi	366
 DAFTAR PUSTAKA	 369
TENTANG PENULIS	375