



Kampus  
Merdeka  
INDONESIA JAYA

# ANALISIS PERIKLANAN PERTEMUAN KE 5



**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

# Bauran Promosi

Waktu nya kalian tau  
promosi menjadi media  
komunikasi pemasaran



# Bauran promosi

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:432), Bauran Promosi atau disebut juga dengan marketing communications mix adalah suatu perpaduan dari alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan dengan konsumen.

## Fakta-fakta mengenai promosi

- 1 Gencar Promosi shoppe meraih 560 juta transaksi selama pandemi
- 2 Butuh 10 Detik bagi Konsumen untuk Mulai Mengenal Logo Perusahaan
- 3 Ada 33% Brand yang Menggunakan Warna Biru di Logo Mereka





# bauran promosi

Menurut Kotler dan  
Keller (2012:202)

Menurut **Kotler dan Keller (2012:202)** di jalaskan bahwa bauran promosi memiliki 5 unsur, yaitu : 1. Periklanan (Advertising) ,2. Promosi Penjualan (Sales Promotion) ,3. Penjualan Personal (Personal Selling),4. Pemasaran Langsung (Direct Marketing) ,5. Hubungan Masyarakat (Public Relations)



# Periklanan (Advertising)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), iklan adalah setiap bentuk presentasi yang bukan dilakukan orang dan berupa promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor yang telah ditentukan.

Keuntungan dengan menggunakan iklan adalah jangkauannya yang luas, serta mampu meraih khalayak banyak.



Contoh iklan di youtube



## Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Sales Promotion adalah berbagai jenis insentif jangka pendek untuk mendorong orang mencoba atau membeli produk atau jasa.

Promosi penjualan tidak hanya ditujukan pada konsumen, tetapi juga ditujukan kepada perantara, seperti kepada toko, distributor atau saluran distribusi lainnya

## Bentuk-bentuk Promosi Penjualan

- sample
- kupon
- penawaran pengembalian dana tunai (rabat)
- premi (hadiyah)
- percobaan gratis
- garansi produk
- penurunan harga
- point of purchase (POP - tampilan/demo titik pembelian)
- insentif
- barang gratis
- penurunan harga (dari harga resmi)





## Penjualan Personal (Personal Selling)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Personal Selling adalah interaksi tatap muka dengan satu atau beberapa calon pembeli dengan maksud untuk melakukan persentasi, menjawab pertanyaan, dan memperoleh pesanan

Melakukan promosi dengan cara personal selling dapat menjadi alternatif untuk menghasilkan transaksi penjualan serta membangun hubungan dengan konsumen



Vokasi ibik





## Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Direct Marketing adalah penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail, atau internet, untuk berkomunikasi langsung atau meminta tanggapan atau berdialog dengan pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

Pemasaran Langsung tidak harus menggunakan tenaga penjual, namun bisa juga menggunakan media lain seperti Telepon, internet dan surat





### Hubungan Masyarakat (Public Relations)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Public Relations adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau masing-masing produknya.

Bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke luar maupun ke dalam, antara suatu organisasi atau perusahaan dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berdasarkan pada saling pengertian.





**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

# TERIMAKASIH