



**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

# ANALISIS PERIKLANAN

PERTEMUAN KE 5



**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

# Bauran Promosi

Waktu nya kalian tau  
promosi menjadi media  
komunikasi pemasaran



**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

# 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





**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

Menurut Kotler dan  
Keller (2012:202)

# bauran promosi

Menurut **Kotler dan Keller (2012:202)** di jalaskan bahwa bauran promosi memilik 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



ab. Komunikasi Pemasaran

## 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

Vokasi ibik

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





**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

## 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 presentasi, 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

sales.

(n) makhluk Tuhan yg paling bisa.  
soalnya kalo ditanya ama cust,  
'bisa gini ga?' selalu jawabnya 'bisa'





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







**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

## 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 berdasar pada saling pengertian.





**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

# TERIMA KASIH