

ABSTRAK

Saat ini, perusahaan besar maupun kecil cenderung mengeluarkan biaya yang cukup banyak untuk melakukan promosi demi mempertahankan sebuah produk dan penguatan sebuah merek. Selain itu, demi meningkatkan angka penjualan, perusahaan gencar melakukan promosi baik melalui periklanan maupun alat-alat komunikasi pemasaran lainnya seperti humas, pemasaran langsung, penjualan personal, dan promosi penjualan, dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan baru dimana alat-alat komunikasi pemasaran bisa berjalan efektif dan terintegrasi. Hubungan antara pemasaran dengan komunikasi merupakan hubungan yang erat. Komunikasi merupakan proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antara perusahaan dan individu. Komunikasi dalam kegiatan pemasaran bersifat kompleks, tidak sesederhana seperti berbincang-bincang dengan teman atau keluarga. Bentuk komunikasi yang lebih rumit akan mendorong penyampaian pesan oleh komunikator pada komunikan, melalui strategi komunikasi yang tepat dengan proses perencanaan yang matang. Jika digabungkan, komunikasi pemasaran merepresentasikan gabungan semua elemen dalam bauran pemasaran, yang memfasilitasi pertukaran dengan menargetkan merek untuk sekelompok pelanggan, posisi merek yang membedakan dengan merek pesaing dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggannya.

Katakunci: Komunikasi pemasaran, strategi komunikasi, pemasaran, promosi, merek

ABSTRACT

At this time, large and small companies tend to spend money quite a lot to do in order to maintain a product promotion and strengthening of a brand. In other way, in order to increase sales, the company is heavily promoting either through advertising or marketing communications tools such as publicity, direct marketing, personal selling, and sales promotion in marketing their products. Therefore, a new approach is needed where the tools of marketing communications can be effective and integrated. The relationship between marketing communication is a close relationship. Communication is the process by which thinking and understanding conveyed between individuals, or between companies and individuals. Communication in marketing activities is complex, not as simple as chatting with friends or family. More complex forms of communication will drive the delivery of the message by the communicator to the communicant, through appropriate communication strategies with the planning process. When combined, marketing communications represent a combination of all the elements in the marketing mix, which facilitates the exchange by targeting the brand to a group of customers, brand positioning that differentiates it from competing brands by creating a meaning that is distributed to its customers.

Keywords: Marketing communication, communication strategy, marketing, promotion, brand