**PERIKLANAN : MENUJU PENGERTIAN BARU**

**Oleh Rudy Harjanto**

**Abstrak**

Berkembangnya terknologi dan komunikasi, serta teknik penawaran Produk membuat periklanan tidak lagi terbatas hanya menggunakan mass media, membuat periklanan tidak lagi terbatas hanya menggunakan mass , media, diantaranya menggunakan contact point dengan konsumen sebagai media , contact point ini menegaskan peran periklanan sebagai sarana komunikasi bagi produsen dan konsumen contack point ini pula menyebabkan penggunaan media menjadi lebih luas, lebih komleks bahkan banyak diantaranya menggunakan medium yang sangat personal.

Perkembangan ini justru mempertegas kehadiran iklan di mana-mana kompleksitas media mengukuhkan esensi dan peran periklanan yang tetap sama. Fungsi periklanan juga tetap sama sebagai sarana untuk mengubah pemahman, sikap dan tingkah laku.

Perkembangan ini berdampak pula bagi definisi periklanan, perubahan dalam sarana penyampaian iklan ini tidak lagi dapat diakomodir oleh definisi periklanan yang sekarang ada. Periklanan sebagai bagian dari komunikasi, periklanan sebagai komunikasi pemasaran dan periklanan sebagai ikon promosi.

**Daftar Pustaka**

Belch, George Edward, Michael A. Belch (2001) Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill CompaniesInc New York USA

Dornbusch, rudiger, Stanley Fischer, Richard, Stratz (2001) Macroeconomics 8, edition, McGraw-Hill Companies, Inc, New York, USA

Duncan, Tom, (2005) Principles of Avertising and IMC , 2 editions McGraw-Hill Companies, Inc New York USA

Griffin, EM, (2006) A First look at communication theory 6 edition, McGraw Hill, Singapore

Kotler, Philip (2003) Marketing Management, 11 edition, Pratice Hall, New Jersey, USA

Lilien, Gary L, Arvind Rangaswamy (2002) marketing Engineering 2 edition, Pearson Education Limited, New Jersey, USA

Pelsmaker, Patrick de, Maggie Geuens, Joeri Van Den Bergh (2001) Marketing Communication, Pearson Educations Limited, Harlow England

Zyman, Sergio, Armin Brott(2002) The end of Advertising as we Know it, John Wiley Inc, Hoboken – New Jersey, USA