



Judul Buku : Strategic Integrated Marketing Communications
Pengarang/Penulis : Larry Percy
Penerbit : Routledge
Tahun Terbit : 2023
ISBN : 9780367770624
Jumlah Halaman : 318 halaman

Strategic Integrated Marketing Communications karya Larry Percy adalah panduan komprehensif yang menguraikan teori dan praktik di balik perencanaan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran yang terintegrasi (IMC). Buku ini menyoroti pentingnya strategi yang koheren dan terintegrasi untuk mencapai efektivitas komunikasi pemasaran, serta memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana merancang dan mengimplementasikan kampanye yang sukses.

Buku ini terdiri dari beberapa bab yang secara sistematis menguraikan elemen-elemen kunci dalam IMC. Bab pertama menguraikan konsep dasar IMC dan pentingnya pendekatan strategis dalam komunikasi pemasaran. Percy menekankan bahwa IMC bukan hanya tentang menggabungkan berbagai alat komunikasi, tetapi juga tentang memastikan pesan yang konsisten di seluruh saluran untuk menciptakan sinergi yang meningkatkan dampak pemasaran.

Bab kedua membahas perencanaan IMC, termasuk analisis situasi, penetapan tujuan, dan pengembangan strategi. Percy menyoroti pentingnya memahami audiens target dan

kebutuhan mereka, serta bagaimana data dan riset pasar dapat digunakan untuk menginformasikan keputusan strategis. Bab ini juga menguraikan proses penyusunan pesan pemasaran yang efektif dan pemilihan saluran komunikasi yang sesuai.

Bab ketiga berfokus pada pelaksanaan IMC, termasuk koordinasi antara berbagai departemen dan agen eksternal yang terlibat dalam kampanye. Percy menekankan pentingnya kolaborasi dan komunikasi yang efektif untuk memastikan semua elemen kampanye berjalan dengan lancar. Bab ini juga mencakup studi kasus yang menggambarkan bagaimana perusahaan-perusahaan sukses menerapkan IMC dalam praktik.

Bab keempat dan kelima mendalami topik-topik khusus dalam IMC, seperti peran digital marketing dan media sosial dalam kampanye pemasaran terintegrasi. Percy menguraikan berbagai strategi dan alat yang dapat digunakan untuk memaksimalkan efektivitas pemasaran digital, serta bagaimana mengintegrasikan upaya online dan offline untuk menciptakan pengalaman yang kohesif bagi konsumen. Bab ini juga membahas pentingnya pengukuran dan evaluasi dalam IMC, serta teknik-teknik untuk mengukur keberhasilan kampanye.

Salah satu kelebihan buku ini adalah penyajiannya yang sangat jelas dan terstruktur, membuatnya mudah dipahami oleh pembaca dari berbagai latar belakang. Percy menggunakan bahasa yang sederhana dan contoh-contoh nyata untuk menjelaskan konsep-konsep yang kompleks, sehingga pembaca dapat dengan mudah mengaitkan teori dengan praktik di dunia nyata. Buku ini juga dilengkapi dengan studi kasus dan contoh-contoh yang relevan, yang membantu pembaca melihat bagaimana teori IMC diterapkan dalam berbagai konteks.

Namun, buku ini juga memiliki beberapa kekurangan. Meskipun sangat komprehensif, buku ini mungkin terlalu teoritis bagi pembaca yang mencari panduan praktis yang lebih langsung. Beberapa bagian buku juga terasa terlalu mendetail, yang bisa membuat pembaca kehilangan fokus pada gambaran besar. Selain itu, meskipun buku ini membahas pemasaran digital, beberapa teknologi dan tren terbaru mungkin belum sepenuhnya tercakup, mengingat cepatnya perubahan dalam lanskap digital.

"Strategic Integrated Marketing Communications" adalah referensi yang sangat berharga bagi siapa saja yang tertarik pada IMC, baik itu mahasiswa, praktisi pemasaran, atau pengusaha. Buku ini memberikan wawasan mendalam dan panduan praktis untuk merancang dan mengimplementasikan kampanye komunikasi pemasaran yang terintegrasi dan efektif.

Dengan penjelasan yang komprehensif dan contoh-contoh yang relevan, buku ini membantu pembaca memahami pentingnya strategi yang koheren dan terintegrasi dalam mencapai tujuan pemasaran.

"Strategic Integrated Marketing Communications" karya Larry Percy adalah buku yang harus dibaca bagi siapa saja yang ingin memahami dan menguasai IMC. Meskipun memiliki beberapa kekurangan, buku ini tetap menjadi panduan yang komprehensif dan informatif yang menawarkan wawasan mendalam tentang strategi dan praktik terbaik dalam komunikasi pemasaran terintegrasi. Disarankan bagi mahasiswa, praktisi, dan pengusaha untuk membaca buku ini agar mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang IMC dan bagaimana menerapkannya dalam konteks bisnis mereka.

Secara keseluruhan, buku ini berhasil menggabungkan teori dan praktik dengan cara yang mudah dipahami dan diterapkan. Larry Percy memberikan pembaca tidak hanya pengetahuan mendalam tentang pentingnya IMC tetapi juga alat-alat praktis untuk mengembangkan dan mengeksekusi strategi IMC yang efektif. Buku ini menekankan pentingnya konsistensi pesan dan integrasi berbagai saluran komunikasi untuk menciptakan pengalaman merek yang kuat dan kohesif. Dengan fokus yang jelas pada pencapaian tujuan bisnis melalui pendekatan yang terencana dan terintegrasi, buku ini menjadi sumber daya yang tak ternilai bagi para profesional pemasaran yang ingin meningkatkan efektivitas kampanye mereka. Baik Anda seorang mahasiswa, dosen, atau praktisi pemasaran, "Strategic Integrated Marketing Communications" adalah panduan esensial yang menawarkan wawasan dan strategi yang relevan dan dapat diandalkan di dunia komunikasi pemasaran yang terus berkembang.

Jika kamu ingin membaca lebih lengkap mengenai buku ini, kamu bisa meminjam buku ini di Perpustakaan Universitas Pembangunan Jaya! Selamat membaca.

Oleh:

Nama : Hani Subakti

NIM : 2020041038

Prodi : Ilmu Komunikasi