

## Analisis Kasus Ch.7 dan 8

Contributed by zeisha kalahari  
Last Updated Friday, 26 March 2010

Zeisha Mutri Kalahari0906614010S1 eks Kom-Iklan 2009 Pada bab ini akan membahas mengenai Perilaku dan Komunikasi Interaktif, kedua hal tersebut sangat menentukan dalam pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Perilaku atau sikap adalah bagaimana kecenderungan sikap si konsumen dalam menilai suatu produk atau jasa secara dinilai positif/bermanfaat atau tidak. (menengah), dan internalization (tinggi). Contoh : Sogi adalah seorang anak yang sangat menyukai segala hal yang berbau teknologi dan sangat update mengenai segala macam Gadget terbaru yang sedang booming. Ia menyukai gadget sejak ia melihat film Star Wars. Ia sangat mengagumi film tersebut karena film itu menampilkan alat-alat teknologi tinggi dengan grafis dan sound yang memukau dan canggih. Sogi memiliki adik laki-laki, Adit, yang tidak jauh umurnya dengannya dan senang apabila ia diceritakan mengenai kecanggihan dan manfaat dari gadget-gadget terbaru kakaknya contohnya PSP (PlayStation Portable) terbaru yang dibeli sang kakak. PSP tersebut ia beli karena kecanggihan serta fitur-fitur yang ditawarkan dari gadget permainan tersebut lagipula teman-temannya juga seorang yang Gadget Freak. Lalu hobi si Sogi yang memang suka mengutak-atik computer dan gadget. Oleh Karena itu itu ia dipandang teman-temannya sangat cerdas dan teliti. Ketika Sogi mengajak Adit ke sebuah pameran Gadget di Jakarta sang adik turut serta untuk menemani kakaknya meskipun ia tidak terlalu tahu dengan gadget terbaru, namun ia senang dapat melihat-melihat gadget-gadget yang canggih diceritakan oleh kakaknya mengenai kehebatan gadget tersebut. Disini Sogi dalam level sikap internalization dan sang adik memiliki level compliance yang low involvement. Dalam kasus ini sang adik bisa diubah sikapnya melalui model komunikasi yang tepat oleh marketer. Misalnya sang adik yang ditawarkan untuk melihat brosur ataupun iklan gadget terbaru di pameran, televisi dan internet dan sebagainya. Pemasaran yang intensif dan persuasive kepada konsumen seperti si Adit, melalui ketertarikan biasa, hal ini bisa dipergunakan dengan baik oleh marketer untuk menjual produk atau jasanya.