

ABSTRAK

Advertising atau periklanan adalah bentuk komunikasi ke konsumen dengan cara membayar space tertentu dan biasanya mengandung makna *persuasive* (ajakan). Pada dasarnya iklan telah ada sejak jaman purba. Hal ini bisa dilihat dari lukisan-lukisan di dinding-dinding kota kuno atau bentuk-bentuk barang yang mengandung unsur ajakan terhadap suatu benda, anggur atau makanan misalnya.

Perkembangan teknologi memperkaya kemungkinan cara berkomunikasi, dan pada saat yang sama terjadi perubahan-perubahan mendasar di mana-mana, jungkir baliklah pemahaman orang tentang periklanan. Bahkan definisi yang mengaitkan periklanan dengan media massa mulai diragukan orang. Sebagian pakar menyatakan, apa yang disebut orang sebagai komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communications*). Itulah wajah periklanan saat ini sudah banyak yang meramalkan bahwa gemerincing uang iklan akan mengalir deras ke media online, sementara aliran ke media tradisional seperti teve, cetak dan radio, makin seret. Itu sebabnya ketika sebuah lembaga riset mengemukakan hasil studinya, tak banyak pihak yang terkejut

Pada era informasi ini, internet juga memegang peranan penting sebagai space atau media beriklan. Misalya iklan yang dipasang di website, portal berita, blog, intermercial (iklan yang muncul sebelum adanya koneksi ISP ke internet). Kelebihan internet sebagai media iklan adalah kemampuannya untuk melakukan pertukaran informasi dua arah dengan konsumen secara update dan real time.