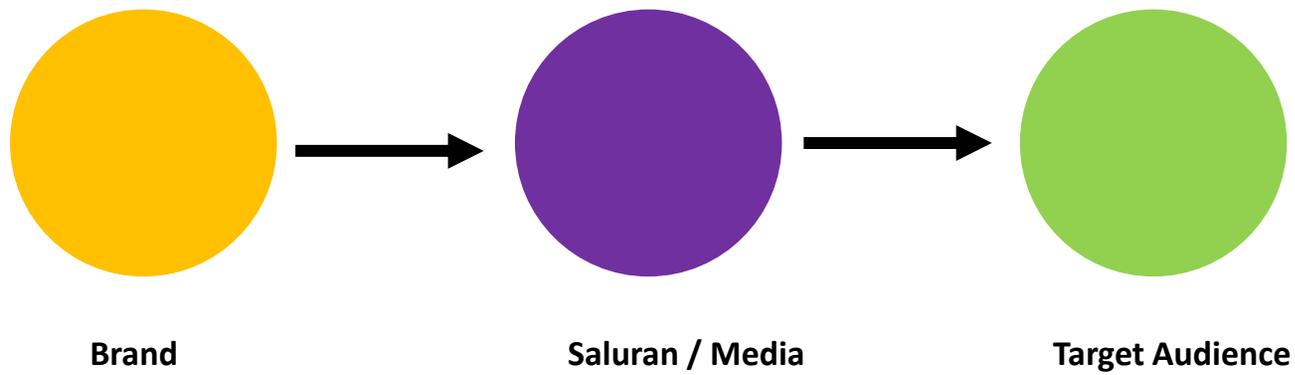
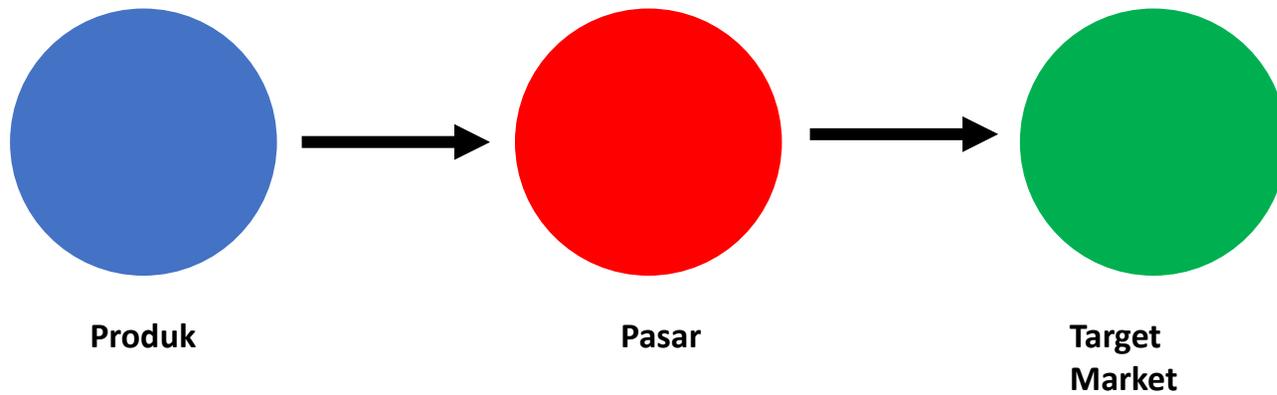


Target Market

Target Audience

PERENCANAAN IKLAN > Strategic Planning



Pemahaman Target Market dan Target Audiens seperti digambarkan dalam slide sebelumnya memiliki posisi yang berbeda namun memiliki tujuan yang sama, yaitu bermuara kepada siapa yang akan dituju.

Target Market atau Pasar yang akan dituju memiliki pengertian pemilahan pasar **berdasarkan produk** yang akan dipasarkan.

Target Audiens atau Khalayak yang akan dituju memiliki pengertian pemilahan audiens (khalayak) **berdasarkan brand** yang akan disampaikan melalui media.

Orang Pemasaran (komunikasi pemasaran) menyebut istilah target market karena berkaitan dengan **produk, pasar dan konsumen** (pemakai/pengguna).

- Target market adalah **sekelompok orang** yang ditargetkan menjadi pengguna produk atau jasa kita.
- Produsen membuat sepatu olahraga untuk anak remaja
- Produsen membuat shampoo untuk anak-anak balita

A target market is a specific, defined segment of consumers that a company plans to serve with its products or services.



Geographic

Sociographic

Target Market

Demographic

Psychographic

Behavioral

Orang Periklanan (komunikasi periklanan) menyebut istilah target audiens karena berkaitan dengan **brand, media dan audiens** (pendengar, pemirsa, pembaca). Target Audiens akan memiliki pengaruh untuk menentukan brand yang akan dibeli.

The term “target audience” is narrower than “target market.” It refers specifically to the group of consumers targeted by marketing messaging.

“Target Audiens adalah grup yang memiliki potensi signifikan untuk merespons pesan brand secara positif.” (Pakar Periklanan Tom Duncan)

Contoh Target Market

McDonald adalah merek makanan cepat saji paling berharga di dunia, dan ini adalah contoh yang menarik untuk melihat target pemasaran dari sisi demografi. Meskipun McDonald telah berkembang untuk menargetkan beberapa pasar dan audiens, mereka telah menciptakan produk khusus dan kampanye pemasaran untuk setiap segmen.

Sebagai contoh, salah satu target pasar inti mereka adalah anak-anak muda. Untuk segmen ini, mereka menyediakan area bermain, happy meals lengkap dengan mainan, dan kampanye pemasaran yang menampilkan karakter Disney dan Ronald McDonald.

Namun semuanya terus berubah. Dalam beberapa tahun terakhir, penjualan McDonald telah menurun, dan mereka harus bereaksi terhadap perubahan di target pasar mereka. Pada 2016, generasi milenium melampaui Baby Boomers untuk menjadi generasi terbesar di AS, dan *avocado-obsessed generation* ini lebih peduli pada makanan sehat daripada generasi sebelumnya. Menanggapi perubahan dalam target pasar ini, McDonald memperbarui produk dan layanan mereka. Itulah sebabnya hari ini, McDonald menawarkan pilihan menu yang lebih sehat, lebih segar.



Contoh Target Audience

Meskipun salah satu pasar sasaran utama McDonald adalah anak-anak, ada masalah besar dengan pasar sasaran ini: Anak-anak tidak memiliki daya beli apa pun. Dengan kata lain, itu bukan anak-anak yang membeli produk McDonald - itu adalah orang dewasa dalam hidup mereka.

Jadi, McDonald menciptakan Happy Meal untuk melayani target pasar anak-anak mereka. Namun, mereka membuat iklan Happy Meal yang ditujukan untuk target audiens yaitu orang tua mereka.

Lihat iklan ini :

https://www.youtube.com/watch?time_continue=13&v=OGgnvAerefM&feature=emb_logo

Iklan menyoroti hal-hal yang tidak diminati anak-anak, tetapi penting bagi orang tua: Seperti "tidak ada warna buatan, perasa, atau pengawet," dan sumbangan amal.

Apa yang paling diperhatikan anak-anak? Mainan itu, tentu saja! Tapi ini hanya disebutkan sedikit menjelang akhir iklan TV tersebut. Ketika datang ke Happy Meals, anak-anak mungkin menjadi **target pasar** McDonald, tetapi mereka jelas bukan **target audiens**.



Target Market = Target Audience

Seringkali **target audience** untuk pesan iklan adalah kelompok yang sama yang diidentifikasi sebagai target market.

Contoh Sepatu Gunung Brand “A” memiliki Target Market Laki-laki berusia 21-35 yang sering berpetualang dan berminat pada mendaki gunung .

Dalam contoh ini, Target Audiens akan sama dengan Target Market.

Namun, Konsep Iklan dapat mengasah lebih lanjut pada target audiens. Misalnya, memutuskan akan menggunakan iklan di media Instagram untuk mencapai target pasar mereka.

Sekian