



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

**FAKULTI SENI GUNAAN DAN KREATIF**

**PROMOSI BUSANA “CIK MINAH SONGKET” DI KAMPUNG  
PENAMBANG, PANTAI CAHAYA BULAN (PCB), KELANTAN**

**Wan Noor Hayati binti Wan Mahmud**

**28604**

**Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian  
(Pengurusan Seni)  
2013**

**PROMOSI BUSANA “CIK MINAH SONGKET” DI KAMPUNG  
PENAMBANG, PANTAI CAHAYA BULAN (PCB), KELANTAN**

**WAN NOOR HAYATI BINTI WAN MAHMUD  
28604**

**Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk  
Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian  
(Pengurusan Seni)**

**Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif  
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK  
2013**

## UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

### BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS

JUDUL: PROMOSI BUSANA “CIK MINAH SONGKET” DI KAMPUNG  
PENAMBANG, PANTAI CAHAYA BULAN (PCB), KELANTAN.

SESI PENGAJIAN : 2012 / 2013

Saya WAN NOOR HAYATI BINTI WAN MAHMUD mengaku membenarkan \*tesis ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Sarawak.
2. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pangkalan Data Kandungan Tempatan.
4. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat
5. salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
6. \*\*sila tandakan

SULIT

(mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan seperti termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

(mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

Disahkan oleh:

\_\_\_\_\_  
(TANDATANGAN PENULIS)

\_\_\_\_\_  
(TANDATANGAN PENYELIA)

Alamat tetap:  
Kg Taman Lubok Jong,  
17070 Pasir Mas,  
Kelantan.

Tarikh : \_\_\_\_\_

Tarikh : \_\_\_\_\_

Catatan: \* Tesis dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda  
\*\* Jika tesis ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa / organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD

## PENGAKUAN

Projek bertajuk **Promosi Busana “Cik Minah Songket” di Kampung Penambang, Pantai Cahaya Bulan (PCB), Kelantan** ini telah disediakan oleh **Wan Noor Hayati binti Wan Mahmud** dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Gunaan dengan Kepujian Pengurusan Seni.

Diterima untuk diperiksa oleh:

---

(Mohd.Ghazali bin Abdullah)

Tarikh:

---

## PENGHARGAAN

Syukur kepada Allah S.W.T kerana dengan limpah kurniaNya telah memberikan kekuatan mental dan fizikal sehingga saya berjaya menyempurnakan tesis ini bagi memenuhi keperluan Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dan Kreatif Pengurusan Seni. Penghargaan dan jutaan terima kasih kepada penyelia utama, En. Mohd Ghazali Abdullah kerana keikhlasan dan kesediaan memberi nasihat, bimbingan dan tunjuk ajar sehingga tesis ini dapat diselesaikan. Seterusnya, tidak ketinggalan ucapan penghargaan dan terima kasih kepada institusi Pusat Perkhidmatan Maklumat Akademik (CAIS) UNIMAS, Cik Minah Songket, Perpustakaan Negeri Kelantan, Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia (PKKM) Cawangan Kelantan kerana memberi sumbangan yang bermakna terhadap kajian yang dijalankan.

Buat ibuku, Che Nab binti Nor dan keluarga yang tersayang, tiada ungkapan wang boleh diabadikan dalam cebisan warkah ini diatas sumbangan dan pengorbanan harta benda, kasih sayang dan restu demi kejayaan diri ini dengan penuh harapan sehingga tesis selamat disempurnakan.

Terima Kasih.

## ISI KANDUNGAN

## MUKA SURAT

<b>Pengesahan</b>	<b>i</b>
<b>Pengakuan</b>	<b>ii</b>
<b>Penghargaan</b>	<b>iii</b>
<b>Jadual Kandungan</b>	<b>iv</b>
<b>Senarai Rajah</b>	<b>xi</b>
<b>Senarai Gambar Foto</b>	<b>xi</b>
<b>Senarai Singkatan</b>	<b>xiii</b>
<b>Abstrak</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstract</b>	<b>xv</b>

### **BAB 1      PENGENALAN**

1.0	Pengenalan	1
1.1	Latar Belakang Kajian	1
1.2	Sejarah Penubuhan Cik Minah Songket	4
1.3	Permasalahan Kajian	5
1.4	Objektif Kajian	5
1.5	Persoalan Kajian	6
1.6	Kerangka Kajian	6
1.7	Skop Kajian	12
1.8	Kepentingan Kajian	13
1.9	Batasan Kajian	13
1.9.1	Batasan Masa	14
1.9.2	Batasan Tempat	14
1.9.3	Batasan Informan	14

	1.9.4	Batasan Ruang	15
	1.9.5	Batasan Kandungan	15
	1.10	Penyampaian Kajian	15
<b>BAB 2</b>		<b>SOROTAN KESUSASTERAAN</b>	
	2.0	Pengenalan	17
	2.1	Konsep Promosi	17
	2.2	Konsep Busana	22
	2.3	Konsep Songket	24
	2.4	Sejarah Kampung Penambang	26
	2.5	Rumusan	27
<b>BAB 3</b>		<b>METODOLOGI KAJIAN</b>	
	3.0	Pengenalan	28
	3.1	Pendekatan Penyelidikan	28
	3.1.1	Pendekatan Kualitatif	29
	3.2	Jenis Data	29
	3.2.1	Data Sekunder	30
	3.2.2	Data Primer	31

3.3	Kaedah Pengumpulan Data Sekunder	31
3.3.1	Perpustakaan	31
3.3.1.1	Buku	32
3.3.1.2	Majalah	33
3.3.1.3	Tesis	33
3.3.1.4	Keratan Akhbar	33
3.4.	Kaedah Pengumpulan Data Primer	33
3.4.1	Pengumpulan Data	34
3.4.2	Temubual	34
3.4.3	Pemerhatian	34
4.4.4	Fotografi	35
3.5	Kaedah Penganalisan Data	35
3.5.1	Berdasarkan Objektif Kajian	37
3.6	Lokasi Kajian	37
3.7	Instrumen Kajian	38
3.7.1	Soalan Berstruktur	39
3.7.2	Kamera Digital	39
3.7.3	Telefon Bimbit	40



3.7.5	Komputer Riba	40
3.7.6	Buku Catatan	40
3.8	Rumusan	41

## **BAB 4 ANALISIS DATA DAN DAPATAN KAJIAN**

4.0	Pengenalan	42
4.1	Mengenalpasti Peranan Promosi yang dilakukan oleh Cik Minah Songket	42
4.2.1	Kaedah Promosi melalui pengiklanan	43
a)	Pengiklanan Melalui Keratan Akhbar	43
b)	Kaedah Pengiklanan Melalui Hebahan Radio	45
c)	Pengiklanan Melalui Mulut ke Mulut	45
d)	Pengiklanan Melalui Papan Tanda ( <i>Billboard</i> )	46
e)	Pengiklanan Melalui Laman Sosial (Facebook)	47
f)	Pengiklanan Melalui Televisyen	48
4.3.1	Kaedah Melalui Galeri	49
4.4.1	Mengadakan Promosi Songket bersama dengan Lembaga Kraftangan Malaysia Sempena Hari Kraf Negara.	50
4.3	Mendokumentasi Motif-motif Cik Minah	51
4.3.1	Motif Tumbuhan	51

4.3.2	Motif Alam Benda dan Objek	59
4.3.4	Motif Kontemporari	60
4.3.5	Nilai-Nilai Estetika pada Corak Motif Kontemporari	61
4.4	Menganalisis Kaedah Promosi yang dilakukan oleh Cik Minah Songket.	65
4.4.1	Harga	65
4.4.2	Kualiti	66
4.4.3	Warna	66
4.4.4	Motif	67
4.4.5	Jenis kain	68
	a) Kain Tenunan	68
	b) Kain Selit Benang Emas	69
	c) Kain Cindai	69
	d) Kain Limar	69
4.4.6	Pembuatan Tradisional	70
4.7	Rumusan	71

## **BAB 5 RUMUSAN DAN CADANGAN KAJIAN**

5.0	Pengenalan	72
5.1	Rumusan	73
5.2	Cadangan	76

5.2.1	Mempertingkatkan Promosi di Kalangan Agensi-Agensi Pelancongan Negeri Kelantan dan di Luar Kelantan	76
5.2.2	Mengadakan Promosi Songket di Peringkat Antarabangsa Bersama dengan Tourism Malaysia	77
5.3	Kajian untuk pengkaji-pengkaji akan datang	77
5.3.1	Kajian akan datang dalam Bidang lain Berkenaan Falsafah Motif Songket Cik Minah	77
5.3.2	Pemakaian Songket Sebagai Lambang Identiti Budaya Melayu dalam Majlis Rasmi.	78
5.4	Penemuan Kajian	78
5.5	Rumusan	79
	<b>RUJUKAN</b>	80
	<b>LAMPIRAN</b>	82
	Lampiran A: Soalan bagi informan	82
	Lampiran B: Pengusaha dan Pemilik Che Minah Songket	83
	Lampiran C: Penenun Songket 1	84
	Lampiran D: Penenun Songket 2	85
	Lampiran E: Penenun Songket 3	86
	Lampiran F: Pembantu Tadbir PKK, Cawangan Kelantan	87
	Lampiran G: Cik Minah Songket / Pantas Batek & Enterprise	88

Lampiran H: Papan Tanda Cik Minah Songket	89
Lampiran I: Papan Tanda Cik Minah Songket	90
Lampiran J: Van Cik Minah Songket	91
Lampiran K: Alat Tenunan Cik Minah Songket	92
Lampiran L: Anugerah Fair Price 2008-2009	93
Lampiran M: Iklan Promosi Songket Sempena Hari Kraf Kebangsaan di Kompleks Kraf Kuala Lumpur 2013	94
Lampiran N: Anugerah Industri Pelancongan Kelantan, Songket Kelantan	95
Lampiran O: Anugerah Tokoh Usahawan Kraf 2002 (Encik Ahmed Kamel Bin Hussein)	96
Lampiran P: Anugerah Kedai Harga Berpatutan oleh KPDNKK 2010	97
Lampiran Q: Anugerah Kedai Pilihan Rakyat Malaysia oleh KPDNKK 2012	98
Lampiran R: Anugerah Seri Cempaka, Pewaris Industri Kraf 2001	99

## **SENARAI RAJAH**

Rajah 1.1: Kerangka Kajian Promosi Campuran	6
Rajah1.2: Kerangka Kajian Che Minah Songket	10

## SENARAI GAMBAR

Gambar 4.1: Keratan Akhbar Kosmo Malaysia	44
Gambar 4.2: Keratan Akhbar New Strait Times (NST)	44
Gambar 4.3: Papan Tanda ( <i>Billboard</i> ) Cik Minah Songket	46
Gambar 4.4: Promosi melalui Laman sosial ( <i>Facebook</i> )	47
Gambar 4.5: Promosi melalui Radio Televisyen Malaysia (RTM), TV1	48
Gambar 4.6: Promosi melalui Galeri Cik Minah Songket	50
Gambar 4.7: Promosi sempena Hari Kraf Negara	51
Gambar 4.8: Motif Pucuk Rebung	52
Gambar 4.9: Motif Bunga Jalur	52
Gambar 4.10: Motif Bunga Pecah Lapan	53
Gambar 4.11: Motif Bunga Kangkung	53
Gambar 4.12: Motif Bunga Penuh	54
Gambar 4.13: Motif Bunga Bintang	54
Gambar 4.14: Motif Bunga Cermai	55
Gambar 4.15: Motif Bunga Penuh, Rantai Bunga Pecah Lapan	55
Gambar 4.16: Motif Bunga Bertabur	56
Gambar 4.17: Motif Bunga Tanjung	56

Gambar 4.18: Motif Bunga Cendawan	57
Gambar 4.19: Motif Tampuk Manggis	57
Gambar 4.20: Motif Tampuk Kesemak	58
Gambar 4.21: Motif Bunga Telekang	58
Gambar 4.23: Motif Panji Semirang, Bunga Tabur	60
Gambar 4.24: Motif Bunga Raya	62
Gambar 4.25: Motif Bunga Ros	62
Gambar 4.26: Motif Bulan Bintang	63
Gambar 4.27: Motif Lambang PAS	63
Gambar 4.28: Motif Lambang UMNO	64
Gambar 4.29: Motif Bunga Melur	64

## **SENARAI SINGKATAN**

**PCB – Pantai Cahaya Bulan**

**PKKM – Perbadanan Kemajuan Kraftangan  
Malaysia**

**PKMA - Pusat Khidmat Maklumat Akademik**

## **ABSTRAK**

Kajian ini bertujuan untuk melihat keberkesanan promosi Cik Minah Songket di Kampung Penambang, Pantai Cahaya Bulan, Kelantan. Objektif kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti peranan promosi, mendokumentasi motif-motif songket, dan menganalisis kaedah promosi yang dilakukan oleh Cik Minah Songket. Kerangka kajian menggunakan Model Campuran Promosi oleh Belch. Dapatan kajian menunjukkan bahawa promosi yang dijalankan oleh Cik Minah Songket sudah mempunyai asas yang kukuh dalam menyebar luaskan produk songketnya. Namun begitu, promosi sedia ada itu perlu dipertingkatkan lagi terutama promosi di peringkat serantau dan antarabangsa untuk menampakkan penyebaran produk songket ke peringkat antarabangsa.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effectiveness of promotional Cik Minah Songket in Kampung Penambang, Pantai Cahaya Bulan, Kelantan. The objective of this study was to identify the role of promotions, embroidered motifs documenting, and analyzing methods of promotion done by Cik Minah Songket. Framework for research using Mixed Model Promotion by Belch. The results showed that the campaign conducted by Cik Minah Songket already have a strong foundation to spread songket products. However, existing promotion should be further improved, especially in the promotion of regional and international levels to reveal the spread of embroidered products internationally.*



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.0 Pengenalan**

Bab ini memaparkan tentang latar belakang kajian, permasalahan kajian, objektif kajian, persoalan kajian, kerangka kajian, skop kajian, kepentingan kajian, batasan kajian dan penyampaian kajian. Dalam bab ini juga pengkaji akan menerangkan tentang sejarah songket, sejarah penubuhan Cik Minah Songket serta beberapa pendapat mengenai promosi.

### **1.1 Latar Belakang Kajian**

Perkataan “Songket” berasal dari perkataan Melayu yang bermaksud menyulam dengan benang emas atau perak (menyulam). Songket sememangnya telah terkenal di Malaysia sejak abad ke 15, pada abad tersebut songket mula menjadi popular terutamanya di negeri-negeri pantai timur seperti Terengganu dan Kelantan. Pada masa itu, wilayah pantai timur seperti Terengganu dan Kelantan merupakan pusat

pengeluaran kain tenunan. Menurut Siti Zainon (1949:53): “Di Kelantan, dalam pemerintahan Cik Siti Wan Kembang (1610-1677) juga dikaitkan dengan pemakaian kain tenun ikat. Kain ini lebih dikenali dengan makna kain limar atau limas, sebagai pakaian khas wanita istana.

Pakaian Cik Siti Wan Kembang diperikan sebagai:

“Cik Siti Wan Kembang berkembang jantan...  
Kain limar melekat di kulit  
Songket bertabur merah pulasan  
Ikat seribu pancung ke bawah.”

Kain-kain songket dibuat daripada benang sutera atau kapas yang ditenung bersama-sama dengan benang emas atau perak.

Menurut Siti Zainon 1989: 207) dalam bukunya yang bertajuk

*Tekstil Tenunan Melayu Keindahan Budaya Tradisional Nusantara:*

“... Perkataan bersungkit (songket) atau sulam benang emas dan perak dikenali juga sebagai kain jong sarat, teluk berantai atau berpakan emas. Istilah kain jong sarat dan teluk berantai biasanya dirujuk kepada hiasan yang memenuhi permukaan kain hingga dikenali sebagai songket bunga penuh atau songket cuban. Hiasan ini berbeza dengan songket bunga tabur Siti Zainon (1989:207); sawet Palembang atau balapak Minangkabau. Songket berpakan emas, lebih menekankan aspek teknik dan proses menenun. Dalam tenunan ini benang pakan yang digunakan melalui cuban ialah benang emas dan perak”.

Busana berfungsi untuk menutup atau melindungi bahagian tubuh. Selain itu, dengan pemakaian busana seseorang itu akan kelihatan menawan. Busana ini biasanya memperlihatkan pelbagai jenis motif, khususnya dalam menggunakan kain songket. Kain songket mengandungi makna simbolik tertentu sebagai simbol status sosial

seseorang dalam masyarakat. Selain itu, kain songket juga melambangkan imej dan identiti budaya Melayu. Seperti yang kita maklum, tidak setiap orang dapat menggunakan kain songket, penggunaan kain songket ini biasanya digunakan di istana dan merupakan kelengkapan-kelengkapan kerabat diraja. Kehalusan tenunan dan kerumitan motif corak songket ketika itu menggambarkan pangkat dan kedudukan tinggi seseorang pembesar. Malah, kain songket ini juga turut digunakan oleh rakyat jelata di majlis-majlis keramaian seperti majlis perkahwinan, pertunangan dan sebagainya.

Jabatan Kesenian dan Kebudayaan Negara (JKKN) Negeri Sembilan pula menyatakan busana merupakan salah satu intipati dalam kebudayaan sesebuah kaum. Setiap kaum mempunyai busana dan membawa pengertian yang tersendiri. Melalui perbezaan yang terdapat pada busana tradisional ini memudahkan masyarakat luar mengenali kebudayaan yang terdapat dalam kelompok masyarakat tersebut.

Promosi memberi penekanan kepada pemberitahuan, pengalakkan dan kaedah untuk menyakinkan kepada pembeli-pembeli yang berpotensi untuk mencuba dan membeli keluaran ataupun barangan yang dipasarkan itu. Penekanan kepada komunikasi bermaksud cara kita untuk menyampaikan, menyakinkan dan juga menggalakkan pembeli untuk mendapatkan barangan itu. Persoalan di sini lah yang menjadi titik tolak kepada konsep promosi itu.

## 1.2 Sejarah Penubuhan Cik Minah Songket

Nama Cik Minah diambil sempena nama pengasas tersebut iaitu Che Aminah binti Omar. Cik Minah Songket mula beroperasi sejak dari tahun 1930 dan kini diuruskan oleh warisan keturunan Cik Minah sendiri. Kedai dua tingkat ini merupakan tempat pembuatan tenunan songket dan galeri songket. Perusahaan ini telah diambil alih oleh anaknya setelah beliau meninggal dunia. Selain itu, perusahaan songket ini merupakan hasil titik peluh Cik Minah dalam menguasai bidang tenunan songket yang dipelajari daripada moyangnya. Pada masa kini, perusahaan Cik Minah Songket telah diambil alih dan dikendalikan oleh anak Cik Minah sendiri iaitu Encik Ahmed Kamel Bin Hussein setelah beliau meninggal dunia. Namun begitu, nama Cik Minah Songket dikekalkan kerana nama tersebut merupakan *landmark* jurang keturunan Cik Minah. Cik Minah Songket ataupun turut dikenali dengan nama Pantas Batek & Enterprise terletak di kampung Penambang yang mana merupakan laluan utama untuk ke pantai Cahaya Bulan (PCB). Pantai Cahaya Bulan merupakan salah satu pantai yang terkenal di Kelantan. PCB adalah kawasan kraftangan yang penting terutamanya dalam industri percetakan batik, penenunan songket dan pembuatan layang-layang serta loyang. Kedudukan Cik Minah Songket yang begitu strategik menyebabkan Cik Minah Songket sentiasa mendapat sambutan daripada penduduk tempatan dan pelancong asing yang mengemari songket.

### **1.3 Permasalahan Kajian**

Songket adalah pakaian tradisional Melayu yang kebanyakan digunakan untuk majlis-majlis tertentu, iaitu majlis-majlis yang berkaitan dengan upacara-upacara kebesaran negeri seperti sambutan hari keputeraan al Sultan, upacara perkahwinan antara teruna dan dara, mesyuarat rasmi Ahli-ahli Majlis Kerajaan dan majlis mengangkat sumpah perlantikan ahli-ahli majlis mesyuarat kerajaan negeri. Songket mempunyai nilai seni yang tinggi kerana diusahakan secara tradisional melalui benang emas dan perak yang diusahakan orang-orang tertentu sahaja. Orang-orang itu mestilah mempunyai kemahiran seni menyongket dan menenun kain songket. Dalam hal ini, Cik Minah Songket sebagai satu industri songket yang telah begitu lama diwarisi oleh neneknya, kemudian oleh Cik Minah dan seterusnya sekarang diwarisi oleh anaknya adalah satu industri yang melambangkan jati diri orang-orang melayu Kelantan. Oleh kerana itu, songket yang harus dipaparkan dalam kajian ini mengenai motif-motif yang digunakan, bagaimana songket itu dipromosikan oleh Cik Minah Songket dan keberkesanan promosi yang dijalankan oleh Cik Minah Songket

### **1.4 Objektif Kajian**

Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji mengenai Promosi Busana “Cik Minah Songket” di Kampung Penambang, Pantai Cahaya Bulan (PCB) Kelantan. Objektif kajian ini adalah seperti berikut:

- (a) Mengenalpasti peranan promosi yang dilakukan oleh Cik Minah Songket.
- (b) Mendokumentasi motif-motif songket Cik Minah.
- (c) Menganalisis kaedah promosi yang dilakukan oleh Cik Minah Songket.

**1.5 Persoalan Kajian**

Persoalan kajian ini memberi fokus kepada Promosi Busana “Cik Minah Songket” di Kampung Penambang, Pantai Cahaya Bulan (PCB) Kelantan. Persoalan kajian ini berkaitan:

- (a) Apakah kaedah promosi yang dilakukan oleh CikMinah Songket.
- (b) Apakah motif-motif yang diusahakan oleh Cik Minah Songket
- (c) Bagaimanakah kaedah menganalisis promosi yang dilakukan oleh Cik Minah Songket.

**1.6 Kerangka Kajian**



Rajah 1.1: Element of the Promotional Mix

Sumber: Buku Advertising and Promotion An Integrated Communication Perspective.

Model proses campuran promosi oleh George E. Belch dan Michael A. Belch dalam bukunya yang berjudul *Advertising and Promotion An Integrated Communication Perspective* menerangkan penyata asas mengenai hubungan campuran promosi yang merangkumi enam elemen seperti pengiklanan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi jualan, hubungan awam dan publisiti. Hubungan ini diringkaskan secara terperinci dalam gambarajah 1.1 iaitu Campuran Promosi. Menurut (Belch, 2004) Promosi adalah satu elemen pemasaran yang merupakan firma atau organisasi berkomunikasi dengan pelanggan mereka.

Berdasarkan gambarajah 1.1, Pengiklanan ditakrifkan sebagai apa jua bentuk berbayar daripada komunikasi nonpersonal seperti organisasi, produk, perkhidmatan, atau idea oleh penaja yang dikenali pasti dan merupakan aspek yang dibayar. Definisi pengiklanan ini mencerminkan bahawa ruang dan masa untuk mesej pengiklanan amnya mesti dibeli. Komponen nonpersonal juga bermaksud bahawa pengiklanan melibatkan media massa yang boleh menghantar mesej kepada kumpulan-kumpulan besar individu pada masa yang sama.

Pemasaran langsung adalah cara bagi organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan sasaran untuk menjana tindak balas atau transaksi. Pemasaran langsung adalah melibatkan mel langsung dan katalog pesanan mel. Ia melibatkan pelbagai aktiviti termasuk pengurusan pangkalan data, jualan langsung, tele pemasaran dan iklan tindak balas langsung melalui mel langsung, internet dan pelbagai siaran dan media cetak. Mel langsung adalah cara yang sangat efektif bagi mendekati kumpulan-kumpulan besar.

Pemasaran interaktif adalah kemampuan untuk menangani pelanggan, ingat apa kata pelanggan dan menangani pelanggan sekali lagi dengan cara yang menunjukkan bahwa kita masih ingat apa yang pelanggan telah memberitahu kami (Deighton 1996). Pemasaran interaktif tidak sinonim dengan pemasaran dalam talian, walaupun proses pemasaran interaktif sangat mudah melalui penggunaan teknologi internet. Kemampuan kita untuk ingat apa yang pelanggan telah katakan dibuat lebih mudah apabila kita boleh mengumpul maklumat dalam talian pelanggan dan kami boleh berkomunikasi dengan pelanggan kami dengan lebih mudah menggunakan internet.

Promosi jualan secara amnya ditakrifkan sebagai aktiviti-aktiviti pemasaran yang menyediakan nilai tambahan atau insentif kepada pasukan jualan, pengedar atau pengguna akhir dan boleh merangsang jualan dengan serta merta. Pengguna berorientasikan promosi jualan menyasarkan pengguna dengan sesuatu produk atau perkhidmatan seperti penggunaan kupon, pensampelan, premium, rebat, pertandingan, cabutan bertuah dan pelbagai bahan. Alat-alat promosi menggalakkan pengguna untuk membuat pembelian serta-merta dan dengan itu boleh merangsang jualan jangka pendek.

Perhubungan awam merujuk (Belch,2004) ialah fungsi pengurusan yang menilai sikap orang awam, mengenal pasti dasar dan prosedur individu atau organisasi dengan kepentingan awam dan melaksanakan program tindakan untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan awam (Moore & Canfield,1977). Apabila sesebuah