https://digilib.esaunggul.ac.id

SUMMARY

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAK DI SYAFANA ISLAMIC SCHOOL

Created by INDRIA WAHYUNI

Subject : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAK DI SYAFANA ISLAMIC SCHOOL

Subject Alt : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAK DI SYAFANA ISLAMIC SCHOOL

Keyword : : Strategi Komunikasi Pemasaran

Description :

Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Orang Tua Menyekolahkan Anak Di Syafana Islamic School
Jumlah Halaman: vi,75;10 lampiran
Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran
Daftar Pustaka: 15 judul 1992 - 2011
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran pada Syafana Islamic School untuk meningkatkan minat orang tua menyekolahkan anak. Kegiatan komunikasi pemasaran Syafana Islamic School berfungsi untuk menumbuhkan kesadaran dan pengetahuan khalayak akan produk jasa Syafana Islamic School. Sehingga dengan begitu akan berdampak pada peningkatan jumlah siswa dan pada akhirnya dapat menciptakan citra yang baik bagi Syafana Islamic School itu sendiri.
Dikarenakan Syafana Islamic School tidak memiliki tim khusus seperti Marketing maupun Public Relations, maka dalam melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran Syafana Islamic School membentuk sebuah tim yang dinamakan sebagai tim PSB (Penerimaan Siswa Baru). Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Syafana Islamic School yaitu menerapkan bauran promosi (advertising, sales promotion, public relation, personal selling dan direct selling) dengan dilengkapi strategi empat P (4P)/Promotional Mix, terdiri dari Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat) dan Promotion (Promosi).
Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam upaya meningkatkan minat calon orang tua murid, tim PSB Syafana Islamic School menerapkan satu strategi komunikasi pemasaran yaitu bauran promosi dilengkapi dengan unsur 4P. Hal yang perlu diperhatikan untuk perkembangan Syafana Islamic School berikutnya adalah perlu menambahkan bidang yang menangani khusus pemasaran dalam stuktur organisasinya. Sehingga unsur yang ada di struktur organisasi tersebut bisa bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing. Tujuan dari penerapan strategi tersebut agar pada pelaksanaan dapat sesuai dengan tujuan perusahaan.

Date Create : 01/11/2014

Type : Text

Format	:	PDF
Language	:	Indonesian
Identifier	:	UEU-Undergraduate-undergraduate_2009-52-091
Collection	:	undergraduate_2009-52-091
Source	:	Undergraduate these communication of faculty
Relation COllection	:	Universitas Esa Unggul
COverage	:	Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right	:	copyright2014@esaunggul

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor