

SUMMARY

Strategi Pemilihan Media dalam Mengkomunikasikan Perusahaan pada Customer Di Panorama Tours

Created by Diana

Subject : Strategi Pemilihan Media
Subject Alt : Strategi Pemilihan Media
Keyword : Strategi; Pemilihan Media;Perusahaan; Customer;

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemilihan media yang digunakan oleh Panorama Tours untuk mengkomunikasikan perusahaan kepada customernya.

Hasil yang didapat dari peneliti bahwa Panorama Tours dalam mengembangkan promosinya dilakukan secara spesifik dilihat dari yang mengerjakannya yaitu divisi CMC (Corporate Marketing Communications) dan Marketing.

Kegiatan pemilihan media tersebut meliputi empat langkah utama yaitu memutuskan jangkauan, frekuensi, dan dampak, memilih jenis media utama, memilih sarana media khusus, dan memutuskan penentuan waktu media.

Peneliti menyarankan agar Panorama Tours beriklan di alternatif media yang lain seperti media lini bawah, media luar ruang, dan media televisi dan untuk mensiasati keterbatasan iklan karena budget kecil, maka peneliti memberi saran untuk menulis artikel advertorial tentang kepariwisataan di koran – koran target.

Date Create : 05/09/2013

Type : Text

Format : pdf

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-200852065

Collection : 200852065

Source : Perpustakaan Esa Unggul

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : Copyright @2013 by UEU Library. This publication is protected by copyright and per obtained from the UEU Library prior to any prohibited reproduction, storage in a re transmission in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, reco For information regarding permission(s), write to UEU Library

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