ABSTRAK

Nama	: Laurentius Rullyan Christianto
NIM	: 201451016
Judul	: Strategi Media *Offline* Dalam Kampanye Periklanan Lenovo Oleh Carat Indonesia
Jumlah halaman	: 76 Halaman
Kata Kunci	: Strategi Media, Pemilihan Media, Kampanye
Daftar Pustaka	: 29 Judul Buku (Tahun 1992 – Tahun 2015)

Karya tulis ini dimaksudkan sebagai hasil atas penelitian yang penulis lakukan di Carat Indonesia, yakni menyangkut tentang Strategi Media *Offline* Dalam Kampanye Periklanan Lenovo Oleh Carat Indonesia. Tugas akhir ini membahas apa yang peneliti lakukan selama melakukan penelitian, yakni meliputi aktivitas yang dilakukan oleh seorang pihak terkait dalam menentukan media salah satunya adalah proses pemilihan media dalam sebuah kampanye periklanan Lenovo. Dalam melakukan proses kampanye iklan, terdapat beberapa strategi oleh media *agency* untuk memilih media yang akan digunakan untuk beriklan agar kampanye tersebut mecapai target pasar yang dituju. Faktor media yang menentukan bobot media periklanan meliputi; *media activity, clutter, relevance with editorial environment, competitive seasonal*.