

ABSTRAK

Judul : Strategi Komunikasi PT. Terminal Tour and Travel
Nama / NIM : Rico Andhika / 2014 52 116
Program Studi : Hubungan Masyarakat

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh PT. Terminal Tour and Travel dalam membangun Brand Awareness serta mengetahui kendala apa saja yang terjadi selama pelaksanaan Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh PT. Terminal Tour and Travel dalam membangun Brand Awareness. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi terhadap key informan dan informan yang berkaitan dengan penyusunan strategi komunikasi dan feedback di lapangan atas strategi yang sudah diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Terminal Tour and Travel adalah menggunakan media komunikasi perusahaan seperti email dan website perusahaan untuk membangun Brand Awareness masyarakat akan Terminal Tour. Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh PT Terminal Tour and Travel antara lain mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode komunikasi dan melakukan seleksi penggunaan media komunikasi. PT. Terminal Tour and Travel melakukan keempat langkah tersebut sebagai upaya dalam membangun dan menumbuhkan kesadaran merek / Brand Awareness masyarakat akan Terminal Tour.

Kata kunci:

Strategi Komunikasi, PT. Terminal Tour and Travel, dan Brand Awareness

ABSTRACT

Title	:	Communication Strategy of PT. Tour and Travel Terminal (Terminal Tour) in building Brand Awareness
Name / NIM	:	Rico Andhika / 2014 52 116
Study Program	:	Public Relations

The purpose of this study was to find out the Communication Strategy carried out by PT. Terminal Tour and Travel in building Brand Awareness and knowing what obstacles occur during the implementation of the Communication Strategy conducted by PT. Terminal Tour and Travel in building Brand Awareness. This study uses a case study qualitative research method. Data collection techniques in the form of in-depth interviews and observations of key informants and informants relating to the preparation of communication and feedback strategies in the field of strategies that have been applied. The results of the study indicate that the communication strategy undertaken by PT. Terminal Tour and Travel is using corporate communication media such as e-mail and company websites to build community Brand Awareness of the Terminal Tour. Communication strategies carried out by PT Terminal Tour and Travel include getting to know audiences, composing messages, determining communication methods and selecting the use of communication media. PT. The Tour and Travel Terminal carried out the four steps in an effort to build and grow brand awareness / Brand Awareness for the Terminal Tour community.

Keywords:

Communication Strategy, PT. Terminal Tour and Travel, and Brand Awareness