

Strategi positioning iklan coklat wafer top terhadap remaja usia 15 tahun (Studi kasus pada siswa-siswi SMP Negeri 19, 56, 68 dan 240, Jakarta Selatan)

N. Putranti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285070&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi positioning iklan merupakan salah satu cara dalam menarik perhatian masyarakat akan suatu iklan dari produk atau jasa yang di tawarkan be:cupaya memberi makna dari suatu produ'k · kepada masyarakat., lebih mudatJ mengingat produk yang diiklankan. St>ategi demikian d i tuangkan dala.m aspek. kreatif iklan, yang meliputi v:isutd.iscisi, copy, ·ta:l:-a warna, dan ta-ta letak disal.n iklan. Sa.le.b satu produk yang . iklannya menempuh :J trat.egi I? O:'.dl.io1i .ing adalab . Cokla-t Wafer 'rop. Produk ini diposj_sikan sebe.gai jajanan para remaja. Dalam iklannya menggunakan