

## Rencana program pemasaran terpadu "Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali" = Integrated marketing communication plan "Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali"

Rakhmah Sarinovita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20314130&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pada perencanaan "Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali" ini terdapat beberapa masalah dalam mencapai rencana pemasaran, diantaranya kurangnya awareness yang dimiliki oleh Anahata Villas & Spa Resort, dan minimnya pengetahuan/informasi yang diketahui oleh pasar sasaran tentang resort ini.

Untuk mengatasi permasalahan ini, penulis menggunakan sebuah program yakni strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dengan memadukan beberapa elemen promosi seperti: Periklanan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung, Penjualan Personal, dan Pemasaran Interaktif. Adapun media yang digunakan dalam rencana ini antara lain: Media Massa, Media Interpersonal dan Media Interaktif. Rencana program ini mulai berjalan dari April hingga Juli 2012, dengan biaya anggaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.833.520.000,-.

<hr>

*In Planning of "Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali" there are several problems to achieve the marketing plan, such as lack of awareness of Anahata Villas & Spa Resort, and limited knowledge about this resort known by the target market.*

To solve this problems, the writer uses Integrated Marketing Communication program by combining several element of promotion, there are; Advertising, Public Relation, Direct Marketing, Personal Selling and Interactive Marketing. The Media used in this communication plan are: Mass Media, Interpersonal and Interactive Media. This program will be started on April to July 2012, and the budget cost is Rp 1.833.520.000,-.