

Strategi komunikasi pemasaran terpadu Okezone.com = Integrated marketing communication for Okezone.com

Syarifah Shalihah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20315009&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tugas Karya Akhir ini membahas mengenai perencanaan kampanye program komunikasi pemasaran terpadu Okezone.com periode Juli 2012 - Juni 2013. Di tengah persaingan portal online yang berisikan berita di Indonesia, Okezone memiliki keunikan dan kelebihan dari segi tema yang dimiliki. Okezone harus mampu meraih pengakses sebanyak-banyaknya dan menciptakan perhatian untuk mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada. Tujuan komunikasinya yaitu meningkatkan kesadaran tentang keunikan portal Okezone; Total biaya yang diminta untuk kampanye ialah Rp. 6.458.243.000,- dalam satu tahun. Demi kelancaran pelaksanaan kampanye, akan dilakukan evaluasi, monitoring dan control.

ABSTRACT

This Final Task discuss about the integrated marketing communication of Okezone.com July 2012 - June 2013. In the middle of the battle of online portal in Indonesia, Okezone have the uniqueness of it theme. Okezone have to grab visitors to their web and creating awareness in order to be able to compete with competitors. The purpose of this communication is to increasing awareness of the uniqueness of Okezone.com, the overall cost of this integrated marketing communication of Okezone.com Rp. 6.458.243.000 for one year campaign and it also include the evaluation, monitoring and control.