

Proposal perencanaan komunikasi pemasaran sosial terpadu kampanye financial literacy "Financial independence di usia 25 tahun" periode Juli-Desember 2012 = Integrated social marketing communication planning of financial literacy campaign

Khadad Yudha Prawira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358294&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas mengenai perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang menekankan pada edukasi kepada masyarakat. Dengan menganalisa data hasil riset yang ada maka diharapkan akan dapat terkumpul berbagai dasar dan pertimbangan yang baik untuk sebuah perencanaan komunikasi pemasaran Financial Literacy. Di tengah krisis finansial yang melanda Eropa dan Amerika, kesadaran finansial harus dapat ditingkatkan untuk kekuatan perekonomian dalam negeri. Dengan kecilnya angka kepemilikan rencana keuangan, maka tujuan pemasaran kampanye ini adalah meningkatkan nilai tabungan dan investasi dalam negeri serta tujuan komunikasi mengedukasi khalayak sasaran akan pentingnya memiliki rencana keuangan dengan biaya kampanye sebesar Rp 2 milyar selama enam bulan.

.....

The focus of this study is about integrated marketing communication which emphasizes in educating the people. By doing a good research analysis, it is expected to gain a good reason and basical information to develop an IMC strategy for Financial Literacy. In the middle of the financial crisis that hit Europe and US, financial awareness should be increased to force the domestic economy. With the low number of holdings of financial planning, the marketing objective of this campaign is to increase the value of domestic savings and investment, and communication objective to educate the target audience of the importance of having a financial plan at a campaign cost of IDR 2 billion for six months.