

Perencanaan program komunikasi pemasaran terpadu diferensiasi produk baju batik dari ChantiQ Batik = Planning program of integrated marketing communication batik clothes product differentiation from ChantiQ Batik

Aisyah Ayu Nerindra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479216&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas tentang Perencanaan Strategi Komunikasi terpadu ChantiQ Batik dalam membuat diferensiasi produk baju. Dengan mengumpulkan data pasar yang ada, maka terkumpul berbagai dasar dan pertimbangan yang baik untuk menjalankan sebuah program perencanaan komunikasi pemasaran terpadu untuk ChantiQ Batik. Bentuk dari diferensiasi produk yaitu C Co., yang memproduksi baju berbahan dasar kain Tenun Ikat Troso Jepara dan kain denim yang ditujukan bagi anak-anak muda. C Co. sebagai bagian dari ChantiQ Batik menawarkan produk baju yang berbahan kain tradisional Indonesia untuk anak muda, yang terlihat modern dan muda ketika dikenakan. Pemasaran dilakukan baik melalui media online maupun offline. Dengan media-media yang ada, terbentuklah suatu kesatuan pemasaran yang terpadu melalui promotional mix yang mencakup Advertising, Direct Marketing, Internet Marketing/Interactive, Sales Promotion, Publicity/Public relations, dan Personal Selling.

<hr>

This thesis discussed about the Integrated Marketing Communication strategy of ChantiQ Batik in creating the differentiation of clothing. By collecting the market data, the base and consideration to run an integrated marketing communication planning program for ChantiQ Batik is gained well. The differentiation form of products is C Co., which produced clothes made from Tenun Ikat Troso Jepara fabric and denim fabric, it is adressed to the young adults market. C Co. as the part of ChantiQ Batik offered clothings made from Indonesian traditional fabric for young adults, which is looked modern and fresh to wear. The marketing was done by online and offline media. With the existence of recent media, an intergrated marketing by promotional mix which includes Advertising, Direct Marketing, Internet Marketing/Interactive, Sales Promotion, Publicity/Public Relations, and Personal Selling is formed. Keywords: Integrated Marketing Communication IMC , ChantiQ Batik, C Co.