

Rencana program komunikasi pemasaran terpadu minuman susu Milkuat periode Januari-Desember

Joza Bayu Kusumo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20280973&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas perencanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu dari minuman susu Milkuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Dengan menganalisa data yang didapatkan, penulis menemukan bahwa strategi yang selama ini digunakan oleh Milkuat, masih belum dapat membangun knowledge atau pemahaman yang baik mengenai product benefit di benak konsumen yaitu mengenai kandungan nutrisi yang dimilikinya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis merumuskan perencanaan komunikasi pemasaran terpadu dengan proposisi "Anak Kuat, Anak Milkuat!" sebagai big idea pada strategi pesan. Strategi yang dirancang oleh penulis akan menggunakan anggaran sebesar Rp. 28.081.189.620,- yang digunakan untuk riset, produksi dan evaluasi. Program evaluasi dilakukan dengan pre-test, post-test, monitoring dan kontrol terhadap program ini untuk memastikan kualitas kampanye yang berjalan.

.....This thesis discusses about the integrated marketing communication plan for Milkuat milk drink in conveying their message to the intended audience. From analyzing the obtained data and strategies that have been applied, it is discovered that Milkuat still haven't able to established a good understanding of the product benefit in the consumer's mind, particularly about its nutrition content. To solve the problem, an integrated marketing communication plan has been prepared with the proposition "Strong Kid, Milkuat Kid!" as the big idea. The planned strategy is to utilize Rp.28.081.189.620,- that will be used in research, production and evaluation. The evaluation will be carried out with pre-test, post-test, monitoring and control of the program to ensure the quality of the campaign.