

Strategi positioning iklan coklat wafer top terhadap remaja usia 15 tahun (Studi kasus pada siswa-siswi SMP Negeri 19, 56, 68 dan 240, Jakarta Selatan)

N. Putranti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285070&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi positionning iklan merupakan salah satu cara dalam menarik perhatian masyarakat akan suatu iklan dari produk atau jasa yang ditawarkan dengan berupaya memberi makna dari suatu produk kepada masyarakat., lebih mudah mengingat produk yang diiklankan. Strategi demikian dituangkan dalam aspek kreatif iklan, yang meliputi visi, isi, ciri, copy, tema, warna, dan tempat letak dalam iklan. Saleh satu produk yang iklannya menempuh strategi? Ondel-ondel ini adalah Coklat Wafer Top. Produk ini dipilih sebagaimana jajanan para remaja. Dalam iklannya menggunakan