

Rencana strategi komunikasi pemasaran terpadu Indonesia Journey = Integrated marketing communication plan strategy of Indonesia Journey

Aditya Rakhmat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20305347&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Semakin banyaknya wisatawan asing yang datang ke Indonesia, menjadikan bisnis di bidang pariwisata menjadi semakin besar. Saat ini wisata alam merupakan salah satu pilihan bagi para wisatawan untuk menghabiskan liburannya, seperti wisata pantai, gunung, hutan, bahkan bawah laut di beberapa lokasi terbaik yang ada di Indonesia. Indonesia Journey adalah salah satu operator wisata yang melayani jasa perjalanan wisata alam seperti pendakian gunung, ekspedisi lintas hutan, dan kunjungan ke suku pedalaman. Sehubungan dengan hal ini, saya menciptakan program komunikasi terpadu untuk Indonesia Journey. Program komunikasi ini akan berlangsung selama 12 bulan dari Juli 2012 hingga Juni 2013. Kegiatan yang akan dilakukan meliputi pemasangan iklan di media cetak, pembuatan souvenir, mengoptimalkan penggunaan website, dan media interaktif lainnya dengan perkiraan budget sebesar 450 juta rupiah.

ABSTRACT

With the increasing the number of international tourist arriving in Indonesia it gives the significant impact to the tourism industry. Nowadays, nature-based tourism becomes popular and it is one of the tourist destinations choices such as private beach, hiking to the mountain, trekking to the jungle and diving. Indonesia Journey can provide nature-based tourism packages for tourist. Therefore I create the integrated communication program for Indonesia Journey for twelve months since 2012 until 2013. The activities that will be done with 450 million Rupiah budget allocation are advertising in printed media, merchandising, launching website and other interactive media.