

Kegiatan promosi taman bacaan masyarakat (TBM) di Depok : studi kasus TBM Alfabet dan TBM Bina Kreasi = Promotional activities of taman bacaan masyarakat (TBM) in Depok : a case study of TBM Alfabet and TBM Bina Kreasi

Siti Maisyaroh, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20307815&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang kegiatan promosi Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Alfabet dan Bina Kreasi di Depok. Tujuan penelitian adalah mengetahui kegiatan promosi dalam mempromosikan jasa dan layanan TBM Alfabet dan TBM Bina Kreasi serta memahami faktor yang mempengaruhinya. Teori bauran promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, publikasi/hubungan masyarakat, pemasaran langsung, interactive/internet marketing.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari kegiatan observasi, wawancara dengan lima informan. dan analisis dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TBM Alfabet dan TBM Bina Kreasi telah melakukan bauran promosi periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, publikasi dan pemasaran media interaktif. Dana, sumber daya manusia dan koleksi merupakan faktor yang mempengaruhi kegiatan promosi di TBM Alfabet dan TBM Bina Kreasi.

.....This research discusses the promotional activities of Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Alfabet and Bina Kreasi in Depok. The purpose of the research is to know the promotional activities in promoting services and service TBM Alfabet and TBM Bina Kreasi as well as understand the factors that influence it. Promotion mix theory used in this research is advertising, sales promotion, personal selling, publicity/public relations, direct marketing, and interactive/internet marketing.

This research is using case study method with qualitative approaches. Data collected comes from observation, interviews with five informants and document analysis.

The results showed that TBM Alfabet and TBM Bina Kreasi have been doing promotional mix are advertising, sales promotion, personal selling, publicity and marketing of interactive media. The factors that affecting promotion activities at TBM Alfabet and TBM Bina Kreasi is funding, human resources and collections.