

Komunikasi pemasaran terpadu studi kasus : Perpustakaan Umum Freedom = Intergrated marketing communications case study : Public Library Freedom

Andreina Caniggia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20309658&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini menjelaskan tentang pencapaian target pengguna Perpustakaan Umum Freedom yang dilihat dari Komunikasi Pemasaran Terpadu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam, kajian pustaka lalu dianalisis dan diinterpretasikan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Komunikasi Pemasaran Terpadu harus diterapkan secara intensif dan berkelanjutan untuk membangun branding awarness dalam masyarakat dan mencapai visi misi Perpustakaan. Selain itu, untuk perkembangan dalam Perpustakaan, Komunikasi Pemasaran Terpadu pun hadir dalam elemenelemennya sebagai berikut: Iklan, Pemasaran Langsung, Pemasaran Interaktif, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan Penjualan Personal.

.....This mini-thesis describes the achievement of the target users who viewed the Public Library Freedom viewed from Integrated Marketing Communications. This study uses qualitative research methods with indepth interviews, literature review, analyzed and interpreted. The results suggest that integrated marketing communications should be applied intensively and sustainably to build branding awarness in society and achieve the vision mission of the Library. In addition, for developments in the Library, Integrated Marketing Communications was present in the elements as follows: Advertising, Direct Marketing, Interactive Marketing, Sales Promotion, Public Relations, and Personal Selling.