

Perencanaan program komunikasi pemasaran terpadu produk olahraga Titleist = The integrated marketing communication program planning of Titleist sporting product

Honey Dahlia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358289&lokasi=lokal>

Abstrak

Merujuk pada data dari World Golf Foundation yang menyatakan bahwa di Indonesia terdapat sekitar 10.000 pegolf biasa, 115 pegolf junior dan 243 pelatih profesional bersertifikat. Hal ini berarti meningkatnya pula permintaan akan kebutuhan peralatan Golf. Berdasarkan data diatas, Tugas Karya Akhir ini menulis tentang Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Peralatan Golf Titleist Periode Juli 2012 - Juni 2013. Dirumuskan tujuan pemasaran yaitu meningkatkan penjualan alat pemukul bola Titleist, sedangkan tujuan komunikasi yaitu meningkatkan awareness pegolf mengenai produk alat pemukul bola Titleist dan club fitting. Total biaya kampanye mencapai Rp.4.399.060.000,- untuk satu tahun periode satu tahun. Pre-test dan post-test akan dilakukan termasuk juga evaluasi, monitoring dan kontrol terhadap program sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya.

.....Refer to the World Golf Foundation's database, there are about 1000 adult regular golfer, 115 junior golfer and 243 certified teaching professionals in Indonesia. This also means increased demand for golf equipment in Indonesia. Based on the data, this final work assignment wrote about The Intergrated Marketing Communication Program Planning of Titleist Sporting Product for period of July 2012 - June 2013. The Marketing purpose of the campaign is to increase the sales of golf club Titleist, meanwhile the purpose of communication is to increase the product awareness of Titleist golf club and fitting club. The total of campaign budget is Rp. 4.339.060.000,- for one year period. Pre-test and post-test will be implemented, including the evaluation, monitoring and control at the campaign program as planned earlier.