

Strategi komunikasi produk kontroversial dalam memasarkan produknya secara positif di masyarakat (studi kasus pada produsen bir PT X) = Communication strategies for controversial products to promote their products positively in society case study in beer manufacturer PT X / Tobing, Uria Regina I L

Tobing, Uria Regina I L , author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388759&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh produk-produk kontroversial agar dapat memasarkan produknya secara positif di masyarakat, karena dalam pemasaran dan distribusinya, produk-produk kontroversial tersebut dibatasi oleh regulasi-regulasi dari pemerintah serta batasan-batasan dari masyarakat karena Indonesia. Dari hasil wawancara dan observasi, dapat dilihat bahwa regulasi-regulasi yang membatasi produk-produk kontroversial ini juga turut membatasi sarana-sarana strategi komunikasi produk-produk tersebut. Strategi iklan dan pemasaran langsung kepada konsumen tidak dapat digunakan. Sehingga, sarana-sarana yang paling difokuskan oleh produsen dalam memasarkan produknya adalah Interactive atau Internet Marketing, Sales Promotion, dan Publicity atau Public Relations. Disamping itu, karena keterbatasan ruang gerak, tampak tidak ada diferensiasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. X dengan yang dilakukan oleh produsen-produk bir lainnya.

ABSTRAK

This study aims to determine the communication strategies used for products with negative views in the society to promote their products positively.

Based on interviews and observations result, it can be seen that the regulations limiting these products has also limited their communication strategy tools. It is not possible to use direct marketing and advertising strategies. The manufacturer focused in promoting their products through Internet or Interactive Marketing, Sales Promotion, and Publicity or Public Relations. Furthermore, because of the limitations of space, it appears that there is no differentiation between the communication strategies that is used by PT. X with other beer manufactures