



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Dinar Anggraheni
44314010028

Strategi Promosi PT. Batue Jaya Indonesia Tour & Travel Melalui Sosial Media
Facebook & Instagram Periode Tahun 2017

Jumlah Halaman :xii + 91 halaman + 23 lampiran

Bibliografi :31 acuan, 1992 - 2017

ABSTRAK

Studi ini mengkaji strategi untuk mempromosikan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang perjalanan wisata PT. Batue Jaya Indonesia pada periode tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan gambaran umum tentang strategi promosi PT. Batue Jaya Indonesia melalui sosial media facebook dan instagram periode tahun 2017.

Peneliti menggunakan teori menurut Phillip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran, dimana dalam strategi promosi meliputi Komunikasi pemasaran, promosi, bauran promosi, analisis SWOT, STP, dan perencanaan strategi promosi.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan utama yaitu peneliti mencoba untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif, yang digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang dihadapi pada situasi sekarang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah wawancara mendalam dengan tiga narasumber dari PT. Batue Jaya Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan PT. Batue Jaya Indonesia melalui sosial media Facebook dan Instagram sudah menjalankan strategi promosinya berdasarkan dengan teori dari Phillip Kotler.

Kata kunci : Strategi promosi, PT. Batue Jaya Indonesia, Sosial Media



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Dinar Anggraheni
44314010028

Strategi Promosi PT. Batue Jaya Indonesia Tour & Travel Melalui Sosial Media
Facebook & Instagram Periode Tahun 2017

Jumlah Halaman : xii + 91 page + 23 attachment

Bibliografi : 31 Reference, 1992 - 2017

ABSTRACT

This study examines strategies to promote a company engaged in the field of travel PT. Batue Jaya Indonesia in the period of 2017. The purpose of this study is to find out and provide an overview of the promotion strategy of PT. Batue Jaya Indonesia through social media facebook and instagram period of 2017.

Researchers use the theory according to Phillip Kotler in his book Marketing Management, where in promotion strategies include marketing communications, promotion, promotion mix, SWOT analysis, STP, and promotion strategy planning.

The research method used is descriptive with the type of descriptive qualitative research with the main goal of the researcher trying to give a description or description of a situation objectively, which is used to solve or answer the problems faced in the current situation. Technique of data collection conducted by researcher is in-depth interview with three resource from PT. Batue Jaya Indonesia.

Based on the results of research, researcher concluded that promotion strategy conducted by PT. Batue Jaya Indonesia through social media Facebook and Instagram has been running its promotional strategy based on the theory of PhillipKotler.

Keywords: Promotion strategy, PT. Batue Jaya Indonesia, Social Media