Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

Aditya Dharma Novriandi

44316110080

ANALISIS PERENCANAAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KECAP MANIS CAP BANGO PERIODE JANUARI – DESEMBER 2017

Penelitian ini menjabarkan tentang analisis perencanaan strategi komunikasi pemasaran kecap manis Bango periode januari sampai dengan desember 2017. Objek yang diteliti adalah perencanaan yang dilakukan oleh tim marketing komunikasi Kecap Manis Bango dan bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi digunakan oleh tim marketing komunikasi Kecap Manis Cap Bango pada periode tahun 2017 ini.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah menganalisis perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh tim marketing komunikasi Kecap Manis Cap Bango dengan menjabarkannya secara detail pada setiap bagiannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus desktiptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat melalui wawancara mendalam dengan tim perencanaan strategi komunikasi pemasaran Kecap Manis Cap Bango.

Menganalisis perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh tim marketing komunikasi Kecap Manis Cap Bango menemukan sebuah hasil bahwa keunikan yang berupa kepercayaan diri dari Unilever didukung oleh *insight* dari kecap bango yang juga menjadi *tagline* dari produk tersebut yaitu ‘’Karna Rasa Tidak Pernah Bohong’’.

.

Kata kunci: Perencanaan Strategi, Analisis Peencanaan, Kecap Manis Bango.

https://lib.mercubuana.ac.id/