



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Aditya Amanda
44315010060

Strategi Komunikasi Pemasaran Dunia Fantasi dalam Menarik Minat
Konsumen Periode 2019
Jumlah Halaman : xii + 83 halaman + 8 gambar
Bibliografi : 28 Acuan, Tahun 1987-2013

ABSTRAK

Di zaman sekarang ini tempat rekreasi sangat dibutuhkan oleh semua kalangan karena sibuk nya jam kerja dan kemacetan yang ada di Jakarta. Dunia Fantasi menyediakan berbagai macam wahana untuk membuat konsumen menjadi tidak pusing dengan kehidupannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Dunia Fantasi dalam Menarik Konsumen Tahun 2019. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi pemasaran yaitu mengidentifikasi khalayak sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, mengumpulkan umpan balik.

Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara terstruktur kepada narasumber. Sumber data yang digunakan adalah informasi yang bersumber dari pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara.

Hasil dari penelitian ini, bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dunia Fantasi tercapai sesuai target yang ditentukan oleh mereka. Dunia Fantasi menerapkan strategi komunikasi pemasaran, dengan menggunakan media sebagai sarana untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran. Karena behaviour target audiens Dunia Fantasi adalah para smart buyer (orang-orang yang lebih peka terhadap internet dan kecanggihan teknologi) dimasa kini. Proses strategi komunikasi pemasaran ini dinilai sebagai cara untuk meningkatkan daya tarik konsumen untuk berkunjung ke Dunia Fantasi.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Menarik Konsumen