

Erdi

44311110146

Eksekusi Perencanaan Ide Kreatif Kegiatan Promosi *New Rainbow Tour* Melalui Majalah Dan Radio (Studi Kasus Produk Ziarah 11 Hari *Rainbow Egypt - Sharm El Sheikh Promises Land – Jordan*). Tahun 2015 5 BAB + 86 Halaman ; 1 Tabel ; 9 Gambar

ABSTRAK

Kegiatan dalam perencanaan dan pelaksanaan ide kreatif kegiatan promosi dalam sebuah perusahaan sering kali terabaikan begitu saja, padahal dalam kegiatan tersebut sangatlah penting untuk menarik *awareness* masyarakat yang ada dengan menggunakan ide-ide kreatif dari kegiatan promosi dalam sebuah perusahaan.

Dalam hal ini penulis mengaplikasikan sebuah kegiatan peluncuran produk baru dari sebuah *company* dengan mengeksekusi dari semua lini kegiatan ilmu komunikasi dalam sebuah peluncuran produk *travel* tersebut. Penulis mengimplementasikan dari semua kegiatan komunikasi pemasaran agar produk tersebut lebih *efektif* dan *efisien*.

Penelitian ini penulis kerjakan sesuai dengan job masing-masing sehingga penulis menyusun menjadi dalam satu rangkaian kegiatan penelitian aplikatif yang penulis harapkan. Hasil penelitian ini penulis aplikasikan ke iklan dalam *media* cetak yaitu majalah dan radio rohani, karena sesuai dengan produk yang penulis teliti. Efek yang penulis harapkan dalam kegiatan ini penulis dapat menjual dan menanamkan sebuah *brand equity* dalam perusahaan tersebut. Dan dapat mengimplementasikan sebuah kegiatan aplikatif dengan baik.

Penulis membuat seefektif mungkin penelitian ini guna dalam setiap iklan yang disampaikan dapat di mengerti dan dipahami dengan baik oleh target *audience*. Dalam kegiatan penelitian aplikatif ini penulis membuat sesuai arahan dari *client brief*. Penulis membuat tiga *story board* pada iklan cetak majalah sebagai bahan pilihan *client* untuk *final* iklan cetak majalah yang akan digunakan.

Penulis membuat seefektif mungkin dalam pembuatan iklan cetak majalah dan *ads lips* pada radio agar dapat dimengerti dan dipahami oleh target *audience* sebagai iklan yang akan digunakan. Dalam pembuatan kedua iklan tersebut penulis membuat *sesimple* mungkin agar *target audience* dapat mengerti dan paham terhadap pesan kedua iklan tersebut.