

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT REASURANSI NASIONAL INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN BRAND IMAGE

Febriyadi Ramdhan

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75232&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada era global seperti saat ini perusahaan menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan brand produk mereka. Salah satunya dengan menggunakan komunikasi pemasaran. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi pemasaran PT Reasuransi Nasional Indonesia dalam mempertahankan brand image. Namun komunikasi pemasaran belum banyak digunakan oleh perusahaan pengguna jasa, PT Reasuransi Nasional Indonesia menggunakan komunikasi pemasaran sebagai cara untuk mempertahankan brand image. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi komunikasi pemasaran yang dipakai PT Reasuransi Nasional Indonesia khususnya dalam mempertahankan brand image. Penelitian ini dilakukan di PT Reasuransi Nasional Indonesia. Landasan teori yang dipakai oleh peneliti ada 3 peneliti terdahulu. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Metodologi Penelitian yang digunakan yaitu metode studi kasus, dengan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian deskriptif untuk menjelaskan hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image PT Reasuransi Nasional Indonesia sudah melekat dimata klien(perusahaan asuransi) sebagai reasuransi (penanggungulangan ulang asuransi) yang terbaik dari kompetitornya. PT Reasuransi Nasional Indonesia membentuk beberapa strategi komunikasi pemasaran untuk menarik pasar sebanyak-banyaknya. Komunikasi pemasaran dilakukan melalui pemasaran langsung, pemasaran interaktif, dan promosi penjualan. Adapun kendala yang dihadapi saat melakukan komunikasi pemasaran yaitu dari segi eksternal.