

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi Pemasaran terpadu PT Maicih Inti Sinergi dalam Menciptakan Ekuitas Merek Keripik Pedas Maicih

Mita Septianingtyas

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=54769&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan antara satu produk dengan produk lain yang sejenis secara tidak disadari saling bersaing untuk mendapatkan tempat di hati masyarakat. Keripik merupakan makanan ringan yang tidak terlalu populer di masyarakat, namun PT Maicih Inti Sinergi berniat membuat produk satu ini menjadi sebuah merek yang patut diperhitungkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, PT Maicih Inti Sinergi berupaya mengembangkan nilai dari keripik pedas melalui komunikasi pemasaran terpadu yang dipercaya merupakan hal yang paling tepat dalam menciptakan ekuitas merek. Penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan PT Maicih Inti Sinergi dan penerapannya dalam menciptakan ekuitas merek keripik pedas Maicih.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori sistem sosial, model komunikasi Tubbs dan komunikasi pemasaran terpadu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah dekriptif. Metode penelitian yang digunakan berupa studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipan dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan membandingkan jawaban dari informan yang satu dengan informan yang lainnya untuk memperoleh data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Maicih Inti Sinergi menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam menciptakan ekuitas merek produk Maicih. Antara lain adalah advertising, public relations, promosi penjualan, poin pembelian, pemasaran langsung, specialities, kemasan, event, pemasaran gerilya, dan layanan konsumen. Alat komunikasi pemasaran tersebut berbaur dan bersinergi sehingga akhirnya menciptakan ekuitas merek keripik pedas PT Maicih Inti Sinergi.

Merujuk pada hasil penelitian ini, PT Maicih Inti Sinergi telah berhasil menciptakan ekuitas merek keripik pedas Maicih. Namun, PT Maicih Inti Sinergi perlu terus mengembangkan atau berinovasi dalam menciptakan strategi komunikasi pemasaran terpadu, sehingga konsumen akan terus tertarik pada produk keripik pedas Maicih.