

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Integrated Marketing Communication Sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Agensi Periklanan Endee Communication Dalam Mempromosikan Smartphone ?Advan Barcelona?).

Istiani Noorcahya

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74095&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini smartphone sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat luas, perusahaan elektronik berbasis teknologi saling bersaing dalam mempromosikan produk smartphone yang ditawarkan agar menjadi perusahaan yang paling banyak dipilih oleh masyarakat. Perkembangan teknologi informasi memudahkan mereka memasarkan produk yang dimilikinya dan juga memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi jual beli di media online. Endee Communication merupakan biro jasa yang bergerak di bidang periklanan. Dalam mempromosikan produk smartphone Advan Barcelona, Endee Communication menerapkan strategi Integrated Marketing Communication yang efektif dengan tujuan untuk meningkatkan brand image Advan dan dapat meningkatkan penjualan produk.

Penelitian ini menggunakan paradig post positivism. Teori yang digunakan adalah Teori Sistem Organisasi, dan model komunikasi Tubbs. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam, observasi non-partisipan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan jawaban dari informan satu dengan informan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Endee Communication merancang strategi dan menerapkan Integrated Marketing Communication berupa bauran promosi untuk mempromosikan produk smartphone Advan Barcelona yaitu periklanan, public relations atau publicity, direct marketing, personal selling, dan sales promotion. Penerapan dari strategi yang sudah disusun tersebut akan menentukan keberhasilan dalam mempromosikan produk smartphone Advan Barcelona.