

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi Pemasaran Arei Outdoor Gear Melalui Momentum (Newsjacking) Dalam Meningkatkan Brand Image.

Hasna Nabilah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74688&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Arei Outdoor Gear dalam memanfaatkan berita terkini pada saat jatuhnya salah satu kompetitor yang menuai kritik dari masyarakat, Arei Memanfaatkan momentum ini sebagai salah satu strategi komunikasi pemasarannya dalam meningkatkan brand image. Penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan sehingga dapat menyebabkan adanya keterlibatan sosial.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi dan komunikasi periklanan, konteks komunikasi organisasi dengan grand teori intergrasi dan informasi, serta beberapa konsep terkait penelitian ini newsjacking, konten, keterlibatan sosial dan brand image. Peneliti mengaplikasikan studi penelitian deskriptif dengan metode studi kasus yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif pada penelitian ini. Metodologi dalam penelitian ini disusun berdasarkan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa Arei Outdoor Gear telah mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran dalam momentum Newsjacking. Arei Outdoor Gear telah mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran dengan beberapa tahapan seperti perencanaan, Penentuan tujuan, Penentuan target, Pembuatan pesan/isi konten, Penentuan saluran komunikasi dan Penentuan bauran promosi. Hal utama dalam strategi ini bagaimana isi konten/marketing isi menjadi nilai utama, kemudian di lengkapi dengan penyebarluasan (share), sehingga dapat di simpulkan dengan keberlangsungan keterlibatan sosial para konsumen terhadap suatu brand.