

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI PEMASARAN SPESIAL EVENT ADIDAS INDONESIA MELALUI EVENT RUN FOR THE OCEANS 2022

Avicenna Jatikusumo

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76184&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi dan strategi pemasaran dilakukan oleh para perusahaan atau lembaga untuk tujuan tertentu kepada masyarakat luas. Tujuan dari komunikasi pemasaran pun sangat beragam, mulai dari berkaitan dengan penjualan termasuk yang digunakan pada penelitian ini mengenai promosi pemasaran untuk event. Peneliti mengkaji tentang bagaimana strategi pemasaran spesial event Adidas Indonesia melalui event Run for The Oceans 2022. Upaya apa saja yang dilakukan, media apa yang digunakan dalam mempromosikan event ini. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran spesial event Adidas Indonesia melalui event Run for the Oceans 2022.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, teori yang digunakan teori komunikasi pemasaran dari Kotler & Keller. Menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi serta pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Adidas Indonesia sebagai salah satu brand olahraga terbesar didunia sudah menerapkan berbagai komunikasi pemasaran untuk mencapai tujuan komunikasinya. Penggunaan media-media komunikasi yang sesuai dengan target komunikasi serta menggunakan komunikasi pemasaran terpadu.