

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

IMPLEMENTASI COMMUNITY BASED MARKETING MELALUI PENGEMBANGAN KOMUNITAS SKATEBOARD (STUDI KASUS PADA TOKO CROOZJAKARTA)

Adam Nur Alfajri

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76616&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebagai suatu perusahaan, focus utama dari strategi communitymarketing ini adalah untuk membangun dan mencoba untuk mempertahankan hubungan baik yang dilakukan dengan seluruh konsumen perusahaan. Community based marketing ini adalah sebuah strategi marketing atau pemasaran yang dimana suatu perusahaan ataupun bisnis aktif didalam berinteraksi dengan para konsumen dan komunitasnya. Pada penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana implementasi toko Crooz menggunakan strategi community-based marketing dengan menciptakan ruang bagi para skateboarder yaitu berupa fasilitas skatepark untuk para skateboarder berkumpul atau sekedar bertukar informasi mengenai suatu produk.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme untuk dijadikan sebagai landasannya, di dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan konteks komunikasi pemasaran serta teori utama yang digunakan adalah Community Based Marketing karena penelitian ini ingin melihat bagaimana implementasi yang dilakukan oleh toko Crooz.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data wawancara mendalam dan juga studi kasus.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi CommunityBased Marketing yang dilakukan oleh Crooz.id melalui hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Crooz.id menerapkan komunikasi pemasarannya menggunakan berbagai hal, seperti event untuk para komunitas dan juga melakukan sosial media untuk mengenalkan, mempromosikan produk produknya, dan juga menjadi wadah untuk para komunitas melakukan berbagai event yang bertujuan untuk meramaikan area Crooz.id tersebut.

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Peneliti menyarankan untuk menggunakan model komunikasi pemasaran yang lain selain Community Based Marketing.