

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Integrated Marketing Communication Cognition.id Dalam Membangun Brand Awareness melalui Instagram

Rifki Eriawan

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77050&lokasi=lokal>

Abstrak

Era baru globalisasi pada saat ini sudah dimulai dengan semakin meningkatnya kontribusi penjualan secara digital atau online. Strategi komunikasi pemasaran terpadu merupakan sebuah proses komunikasi yang terdiri dari perencanaan, kreasi, integrasi, dan implementasi.

Teori yang digunakan adalah teori informasi organisasi dengan menggunakan konsep Integrated Marketing Communication. Peneliti ingin menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran Cognition.id dalam membangun brand awareness melalui Instagram.

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, serta metode studi kasus, pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi, dan model komunikasi Wilbur Schramm. Hasil kesimpulan temua menyimpulkan bahwa Cognition.id memanfaatkan strategi komunikasi pemasaran terpadu periklanan (advertising), penjualan promosi (sales promotion), Hubungan Masyarakat & Publisitas (Public Relations & Publicity), Pemasaran Langsung & Pemasaran Interaktif (Direct Marketing & Interactive Marketing), E - Word of Mouth Marketing) sebagai bentuk komunikasi pemasaran. Namun memiliki kekurangan dimana alokasi anggaran yang menjadi hambatan Cognition.id dalam mengembangkan strategi Integrated Marketing Communication.