

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Spine Clinic Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness

Audilia Shieldy

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77935&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan perkembangan teknologi tentunya sudah banyak sekali persaingan dalam sebuah perusahaan tidak hanya di bidang industri saja. Akan tetapi, di bidang jasa kesehatan juga mengalami sebuah persaingan ketat salah satunya kesehatan tulang belakang. Tentu saja, dengan adanya faktor persaingan ini perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan sebuah strategi pemasaran agar dapat bersaing dan dikenal oleh masyarakat luas. Seperti halnya Spine Clinic agar dapat dikenal dan bersaing melakukan sebuah promosi melalui pendekatan yang berbeda yaitu komunikasi pemasaran terpadu. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, menggunakan konteks komunikasi organisasi, serta teori informasi organisasi. Metode yang digunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi non partisipatif.

Hasil dari penelitian ini bahwa spine clinic menggunakan promosi melalui pendekatan seperti iklan dengan menggunakan Instagram ads, pada pemasaran langsung menggunakan melalui media whatsapp, pada personal selling melakukan pameran secara langsung, pada promosi penjualan memberikan voucher potongan harga, pada event melakukan acara secara langsung untuk melakukan skrining gratis di sekolah, pada hubungan masyarakat melakukan dengan menjaga hubungan baik dengan mengadakan kerjasama dengan pihak luar serta media.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa program strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan brand awareness Spine Clinic adanya perubahan dengan 41% konsumen baru. Serta dalam penelitian ini peneliti memberikan saran akademis, saran metodologis, saran praktis, serta saran sosial.