Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Evaluasi kebijakan komunikasi pemasaran dengan menggunakan pendekatan product life cycle : Kasus produk minuman energi PT. M-150 Indonesia

Rina Indrianti, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=106429&lokasi=lokal

---

Abstrak

Penelitian ini berusaha untuk memberikan gambaran tentang kondisi produk minuman berenergi dengan menggunakan tahapan Product Life Cycle (PLC), karena setiap produk memiliki siklus hidup dan umur tersendiri, dan setiap tahapan PLC memiliki strategi komunikasi pemasaran yang berbeda-beda. Penelitian ini bermaksud untuk mengungkap letak produk dalam tahapan PLC, serta menjelaskan strategi Marketing Communication Mix (Bauran Komunikasi Pemasaran) seperti apakah yang tepat dijalankan pada tahapan tersebut karena dalam melakukan perencaan strategi komunikasi pemasaran, PLC merupakan salah satu alat pengukuran. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran dimana kondisi yang ada nantinya akan dibandingkan dengan kondisi ideal berdasarkan pengukuran dari kurva PLC ini. Penentuan posisi produk dalam kurva PLC akan dibantu dengan sebuah software pengembangan dan program ENOVIA yang nantinya dapat menggambarkan posisi produk dalam kurva PLC tersebut.

Kerangka konsep yang akan digunakan herangkat dari masalah PLC, Marketing Communication, dan Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan analisis data statistik melalui program ENOVIA sebagai dasar evaluasi, ditambah dengan teknik wawancara melalui narasumber dan informan.

Penelitian ini menemukan bahwasanya produk berada di tahap pertumbuhan. Selain itu, karena produk minuman berenergi masuk dibawah pengawasan Badan POM banyak sekali regulasi yang harus dipatuhi oleh produsen minuman berenergi dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran mereka. Sehingga, dibutuhkan inovasi taktik dan juga kreativitas untuk merencanakan strategi komunikasi pemasaran bagi produk minuman berenergi ini.