

Program perencanaan komunikasi pemasaran terpadu "Popcorn Time"
Popcorn Factory periode April 2013 - Maret 2014 = Integrated
marketing communication program "Popcorn Time" Popcorn Factory
period April 2013 - March 2014

Indra Bayu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20351755&lokasi=lokal>

Abstrak

Popcorn Factory adalah produk makanan ringan berbentuk popcorn yang diluncurkan pada Maret 2012. Popcorn Factory merupakan produk gourmet popcorn dalam kemasan siap makan pertama di Indonesia. Namun, Popcorn Factory masuk ke pasar Indonesia tanpa momen peluncuran produk. Hal ini menyebabkan Popcorn Factory belum diketahui secara luas dan tidak memiliki positioning produk yang kuat di mata konsumennya.

Tugas Karya Akhir ini membahas mengenai program perencanaan komunikasi pemasaran terpadu Popcorn Factory untuk menciptakan momen peluncuran Popcorn Factory dengan tujuan meningkatkan brand awareness dan membentuk positioning produk yang kuat di benak khalayak. Program kampanye ini akan menghabiskan dana sebesar Rp 328.551.300,00 selama satu tahun periode kampanye.

Popcorn Factory is a kind of snack in popcorn form launched on March 2012, and also the first gourmet popcorn product with ready to eat-packaging in Indonesia. Nevertheless, Popcorn Factory has come into Indonesian market without launching moment. Because of it, Popcorn Factory has low brand awareness and has not strong brand positioning in the mind of consumers.

This final assignment is about working on Integrated Marketing Communication for Popcorn Factory to create its launching moment with the objective to increase brand awareness and create strong product positioning on consumers' mind. This campaign program would cost Rp 328.551.300,00 during one year of campaign period.