

## Strategi komunikasi pemasaran terpadu peluncuran Butik Vintagevictim periode 2012 = Integrated marketing communication strategy of Vintagevictim Boutique launching period 2012

Irest Wishal MP, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358292&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Vintagevictim pada awalnya merupakan sebuah online store yang menjual produk fashion wanita yang memiliki gaya urban vintage. Vintagevictim pertama kali berdiri pada 29 Desember 2008 oleh Ika Fitria dan Sari Nurul Hanifa. Pada tahun 2012 ini Vintagevictim merencanakan untuk mendirikan butik. Vintagevictim lebih dikenal oleh khalayak sebagai sebuah online store. Untuk itu Vintagevictim membutuhkan awareness dari khalayak akan kehadiran butik baru mereka. Kampanye yang akan dijalankan oleh Vintagevictim untuk mendapatkan awareness khalayak dengan cara melakukan promosi di internet dan juga di beberapa majalah. Kampanye ini akan mengusung tema Sophisticated. Keseluruhan biaya kampanye ini adalah Rp 188.673.100.

.....At the beginning, Vintagevictim is an online store that sells women fashion products with urban vintage style. Vintagevictim first established on December 29th, 2008 by Ika Fitria and Sari Nurul Hanifa. But now in 2012, Vintagevictim planned to open a boutique. People know Vintagevictim as an online store. Because of that Vintagevictim need public awareness about their upcoming boutique. Vintagevictim will runs a campaign by promote their boutique in internet and various magazines. This campaign themed Sophisticated. This campaign's total cost amount to Rp.188.673.100.