

## Perencanaan komunikasi pemasaran original love juice "your daily health barrier" periode Januari - Desember 2014 = Integrated marketing communication original love juice "your daily health barrier" periode Januari - Desember 2014

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367320&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

[Beginning of launched, Original Love Juice been a spotlight among publics due its innovation made Pomegranate juice flavor. Lately, Original Love Juice had a lack of promotion, whereas this brand categorized as a low involvement product, where the costumer easily change their brand preference.

In fact, during this product being marketed, many of customers haven't been try this brand. Plus a very tight competitions in juice market, made Original Love Juice even harder to dominate the market share of juice.

By using target audience trend and lifestyle, Original Love Juice able to stand as healthy beverages that can protect costumer's health.

With marketing objective to bring out Original Love Juice in juice market by 5% with stimulating trial intentions of this brand. Surely this strategy can rise awareness level by 10% during this one year campaign.

The cost of this intergraded marketing Original love Juice communication campaign for 2014 is Rp 26,115,018,000., Awal peluncurannya, Original Love Juice pernah menjadi "buah bibir"

masyarat karena inovasinya mengeluarkan varian Delima / Pomerama.

Namun beberapa waktu kebelakang promosi yang dilakukan oleh Original Love Juice sangat kurang, padahal produk ini dikategorikan sebagai low involvement, dimana konsumen dapat dengan mudah berganti merek.

Faktanya, selama produk ini dipasarkan masih banyak konsumen yang belum pernah mencoba Original Love Juice, ditambah persaingan kompetitor yang sangat ketat. Membuat Original Love Juice semakin sulit menguasai market share. Dengan memanfaatkan trend serta lifestyle dari target audience, Original Love Juice dapat memposisikan diri sebagai minuman yang dapat melindungi kesehatan konsumen.

Tujuan pemasaran dari produk ini adalah memunculkan nama Original Love Juice pada pasar sari buah sebesar 5% dengan meningkatkan trial intentions selama satu tahun. Dan tentunya menaikkan kembali tingkat kesadaran sebesar 10%.

Adapun biaya kampanye sebesar Rp 26,115,018,000 selama satu tahun]