

Implementasi iklan online untuk produk kontroversial pada strategi pemasaran internet (studi kasus pada perusahaan digital agency Isobar pada aturan-aturan iklan online produk Sampoerna) = Online ad implementation for controversial product to internet marketing strategy (case study on Isobar digital agency in rules of online ad Sampoerna's products) / Indah Rahayu Diningsih

Indah Rahayu Diningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388858&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini menguakikan proses implementasi online ad untuk produk kontroversial dimana terdapat regulasi dari pemerintah sehingga saluran promosinya terbatas. Bagaimana strategi dari agency yang meng-handle iklan digital suatu produk rokok melakukan upaya – upaya agar dengan segala keterbatasannya dapat memenuhi / mencapai KPI yang merupakan tujuan dari kampanye brand rokok tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus pada sebuah perusahaan digital agency di Jakarta yang menjalankan semua bentuk pemarkasan internet dari merek rokok tersebut. Hasil penelitian menguraikan proses implementasi iklan online dimulai dari perencanaan sasaran sampai dengan implementasi yang mendukung tercapainya campaign objective pada target market. Selain itu ditemukan strategi - strategi yang telah disesuaikan dengan aturan – aturan yang diberlakukan untuk merek rokok.

<hr>

ABSTRAK

This study describes the process of online ad's implementation for controversial products where government's regulations are applied in order to limit the chance of tobacco product to promote and advertise. How the strategy from the agency works to handle the digital advertising of tobacco products applied to be able to meet all its limitations and achieve their KPI. This study uses a qualitative case study at a digital advertising company in Jakarta that handle and responsible all of the internet marketing's form for Sampoerna, a tobacco company. The results of the study outlines the process of implementation of online advertising from the planning stage to the implementation that supports the achievement of campaign objectives. Also the ideal strategy to market and advertise controversial brand implicitly.