Universitas Indonesia Library >> Artikel Jurnal

Strategi Pemasaranpublic Relations MD Entertainment Pada Pemasaran Film Habibie & Ainun

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20437454&lokasi=lokal

---

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan, implementasi serta evaluasi dari strategi Marketing Public Relations yang ditetapkan PR MD Entertainment pada film Habibie & Ainun pada tahun 2012-2013. Metode yang dilakukan adalah metode deskriptif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Hasil penelitian menunjukan PR MD Entertainment telah melakukan tahapan-tahapan atau Teknik PR pada film Habiebie dan
Ainun dengan melakukan perencanaan, implementasi serta evaluasi dari program tersebut dari tahun 2012–2013. Kesimpulan penelitian ini adalah PR MD Entertainment melakukan perencanaan Strategi Marketing PR
Film Habibie & Ainun, telah dilakukan dengan baik dan melalui proses persiapkan yang sangat matang, tahap
implementasi strategi MPR MD Entertainment pada pemasaran Film Habibie & Ainun meliputi apa, siapa dan bagaimana proses penyampaian pesan-pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Penggunaan berbagai taktik MPR baik dalam bentuk Offline, Online dan Ground Activity yang menekankan pada Unique
Selling point dari tokoh yang diangkat, disertai advertising/iklan, publisitas, merchandising dan dibantu oleh kekuatan word of mouth yang dilakukan oleh media serta Evaluasi Strategi juga dilakukan oleh PR MD Entertainment, diawali dengan melakukan Media Monitoring, serta mencari apa kekurangan, kelebihan, kendala yang dihadapi timnya dalam melaksanakan tugas.Saran penelitian ini dari semua kegiatan MPR yang dilakukan, maka Merchandising tampaknya kurang begitu menarik perhatian. Hal ini disebabkan oleh penjualan semua merchandise Film Habibie & Ainun yang hanya dijual melalui sosial media dan website MD
Entertainment, dan diharapkan setelah ini dilakukan penelitian lain mengenai pentingnya kegiatan Public Relations dalam mendukung pemasaran Film yang lebih spesifik dan mendalam, terutama dari para pekerja film Indonesia untuk semakin menggairahkan kembali perfilman nasional yang berkualitas.