

Kampanye Produk Minuman Kesehatan Melalui Games Interaktif (Studi Kasus Go Sweat Go Ion Game Sebagai Media Kampanye Pemasaran Produk Pocari Sweat)

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20437475&lokasi=lokal>

Abstrak

Aplikasi Game adalah model permainan interaktif antara manusia dengan mesin sebagai penyedia menu

permainan. Memainkan game membuat orang merasa terhibur dan sekaligus memacu ekspektasi kemenangan.

Bagi orang marketing, substansi atau isi permainan game dapat digunakan sebagai media persuasi bagi strategi pemasaran produk. Karakter interaktif game membangun hubungan intens antara iklan dengan calon konsumen. Tujuan penelitian ini mengupas kemampuan game. interaktif sebagai media kampanye bagi tujuan pemasaran produk minuman isotonik yang berasal dari Jepang. Metode penelitian yang digunakan

adalah studi kasus. Penelitian ini dilakukan terhadap game interaktif yang digunakan di Indonesia (versi

Indonesia), di mana pemanfaatan game sebagai media kampanye ini tergolong baru. Sampai saat ini belum ada strategi pemasaran demikian yang dilakukan untuk memasarkan produk di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, game menjadi tools of marketing yang baik dan mendorong pengguna untuk bergerak seiring instruksi pada game. Salah satu parameternya adalah pada saat penelitian dilakukan pada 2014, game sudah didownload oleh sekitar 15.365 pengguna dengan komentar dan opini di media sosial (facebook dan twitter) untuk game iklan ini cukup tinggi