

Rancangan strategi komunikasi pemasaran digital event pameran komik Comic Frontier = Digital marketing communication strategy planning Comic Frontier event

Rafly Nugroho, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447106&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Comic Frontier merupakan sebuah acara ekshibisi karya kreatif yang memberikan kesempatan langsung bagi insan kreatif terutama dalam bidang komik untuk memamerkan serta menjual berbagai hasil karya kreatifnya. Event ini diselenggarakan tahunan sejak tahun 2012. Meskipun sudah diselenggarakan tahunan sejak 2012 namun sekarang mulai banyak muncul event sejenis Comic Frontier diselenggarakan di wilayah sekitar Jabodetabek. Meskipun telah diselenggarakan sejak tahun 2012 akan tetapi, engagement dari khalayak di media digital yang dimiliki oleh Comic Frontier masih belum terlalu tinggi. Selain itu di tengah semakin ketatnya persaingan event pop kultur komik, animasi dan game Comic Frontier masih belum memiliki positioning yang cukup kuat yang bisa membedakan dirinya dengan event lainnya. Berdasarkan temuan yang didapat melalui riset kepada khalayak, Comic Frontier mengusung kampanye dengan ide besar "Pop Culture Gathering" serta membawa positioning sebagai "Indonesian Comic Market" untuk membedakan event ini dengan event lainnya. Dengan tujuan untuk meningkatkan engagement khalayak di media digital serta saat event berlangsung, kampanye ini disusun berdasarkan berbagai atribut dari temuan khalayak yang suka datang ke Comic Frontier. Dalam rentang waktu 6 bulan masa kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan engagement di media digital melalui berbagai konten interaktif yang mengajak khalayak untuk ikut serta dalam berbagai kegiatan online. Biaya keseluruhan dari kampanye ini adalah Rp397.911.250. Untuk mengukur efektivitas dari kampanye ini juga akan dilakukan evaluasi serta monitoring.

ABSTRACT

Comic Frontier is a creative work exhibition which provides local artists, illustrators, and comic creators to exhibit and sell their creative works. This event has been established since 2012. Nowadays there are many other mirip events held in Jabodetabek. Although this exhibition has been held annual since 2012 but the audiences rsquo engagements in all Comic Frontier rsquo s digital media assets are still low compared to other events. In the midst of tight competition between pop culture events Comic Frontier don rsquo t have any clear and distinctive positiong. Based on the findings from the research done to some audience comes the digital marketing campaign strategy with "Pop Culture Gathering" as the big idea and "Indonesian Comic Market" as its rsquo positioning. To aim the rise of audiences rsquo engagement in digital media and also during the events this campaign is arranged based on the attributes in some findings from the audience who like to come to Comic Frontier. During 6 months this campaign aims to increase the engagements in digital media through the interactive contents which suggest the audience to engage in some online activities on social media and website. The total costs of this campaign is Rp397.911.250. To measure the effectiveness from this campaign there will be some evaluations and monitorings conducted.