

Strategi komunikasi pemasaran terpadu pada peluncuran Samsung Galaxy S8 dan S8+ = Integrated marketing communication strategy on Samsung Galaxy S8 and S8+ launching event

Qlein Roskiando, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468685&lokasi=lokal>

Abstrak

**ABSTRAK
**

Dalam era teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat seperti saat ini, pemasar mulai berlombauntuk memasarkan produknya dengan berbagai macam cara. Komunikasi pemasaran terpadu merupakan carauntuk memperkenalkan nilai tambah dari rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagaidisiplin komunikasi. Salah satu perusahaan besar di dunia yang telah memanfaatkan komunikasi pemasaranterpadu adalah Samsung Elektronik, dalam peluncuran ponsel pintar bernama Samsung Galaxy S8 dan S8 diLincoln Center, New York. Makalah ini bertujuan untuk melihat pemakaian teknik advertising dan digitalmarketing dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu pada peluncuran Samsung Galaxy S8 dan S8 , denganmengaitkannya dengan kondisi aktual yang ada di lapangan. Bahwa dalam mengeksekusi strategi advertisingdan digital marketing, dibutuhkan kecermatan yang lebih dalam hal memahami karakteristik khalayak sasaran.Sedikit saja kekeliruan yang dibuat, pesan iklan yang telah dirancang dengan matang, tidak akan sampai dengansempurna kepada khalayak sasaran.

<hr>

**ABSTRACT
**

In the era of information and communications technology is growing rapidly as today, marketers began to race to market their products in various ways. Integrated marketing communications are a way of introducing the addedvalue of a comprehensive plan that evaluates the strategic role of various communication disciplines. One of thelargest companies in the world that has taken advantage of integrated marketing communications is SamsungElectronics, in the launch of smart phones called Samsung Galaxy S8 and S8 in Lincoln Center, New York.This paper aims to see the use of advertising and digital marketing techniques in integrated marketingcommunications strategies at the launch of Samsung Galaxy S8 and S8 , by linking them to actual conditions inthe field. That in executing advertising and digital marketing strategies requires more precision in terms ofunderstanding the characteristics of target audiences. A few mistakes are made, advertising messages that havebeen carefully designed, will not be up to the target audience.