

Strategi komunikasi pemasaran terpadu pada peluncuran Samsung Galaxy S8 dan S8+ = Integrated marketing communication strategy on Samsung Galaxy S8 dan 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 berlomba untuk memasarkan produknya dengan berbagai macam cara. Komunikasi pemasaran terpadu merupakan cara untuk memperkenalkan nilai tambah dari rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi. Salah satu perusahaan besar di dunia yang telah memanfaatkan komunikasi pemasaran terpadu adalah Samsung Elektronik, dalam peluncuran ponsel pintar bernama Samsung Galaxy S8 dan S8 di Lincoln Center, New York. Makalah ini bertujuan untuk melihat pemakaian teknik advertising dan digital marketing dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu pada peluncuran Samsung Galaxy S8 dan S8, dengan mengaitkannya dengan kondisi aktual yang ada di lapangan. Bahwa dalam mengeksekusi strategi advertising dan 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 dengan sempurna 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 added value of a comprehensive plan that evaluates the strategic role of various communication disciplines. One of the largest companies in the world that has taken advantage of integrated marketing communications is Samsung Electronics, 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 marketing communications strategies at the launch of Samsung Galaxy S8 and S8, by linking them to actual conditions in the field. That in executing advertising and digital marketing strategies requires more precision in terms of understanding the characteristics of target audiences. A few mistakes are made, advertising messages that have been carefully designed, will not be up to the target audience.