

Perencanaan program komunikasi pemasaran digital brand lokal Malva Dress "A Touch of Confidence" periode Agustus - Desember 2018 = Digital marketing communication plan local brand Malva Dress "A Touch of Confidence" (August - December 2018)

Monica Renata Goldi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479249&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan suatu bisnis berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran yang dilakukannya. Malva Dress sebagai bisnis brand lokal yang menjual produk berupa gaun custom memiliki kebutuhan untuk meningkatkan brand awareness. Berdasarkan potensi dan pesatnya perkembangan teknologi digital, Malva Dress akan menggunakan perencanaan komunikasi pemasaran digital yang menysasar khalayaknya, yaitu perempuan, 22-34 tahun, di tiga kota besar, social media savvy serta memiliki karakteristik psikografis dan behavioural lainnya yang sesuai dengan hasil analisa. Program ini disusun untuk lima bulan dan melibatkan anggaran dana sebesar 17,8 juta rupiah. Bahan analisis diambil langsung oleh penulis melalui wawancara dengan pemilik Malva Dress dan survei kepada khalayak sasarannya. Perencanaan pemasaran digital Malva Dress disusun dari latar belakang, analisa terkait Malva Dress, penetapan masalah komunikasi, strategi komunikasi, implementasi sampai pada rencana evaluasi untuk mengukur keberhasilan program pemasaran digitalnya. Rancangan pemasaran digital ini mengacu pada teori dan konsep-konsep ilmiah yang digunakan dalam bidang periklanan tujuannya agar dapat diterapkan secara nyata dan berhasil mendukung perkembangan bisnis Malva Dress dari segi pemasaran.

<hr>

The development of a business is closely related to marketing activities. Malva Dress as a local brand business that sells custom dress needs to increase its brand awareness. Based on the potential and rapid development of digital technology, Malva Dress will use digital marketing communication planning targeting its audience, specifically women, 22-34 years old, live in three big cities, social media savvy as well as having other psychographic and behavioral characteristics in accordance with brand analysis. The program is set for five months and involves a budget of 17.8 million rupiah. Materials analysis was taken directly by the author through interviews with Malva Dress owners and surveys to his target audience. Malva Dress's digital marketing planning is structured from backgrounds, Malva Dress related analyzes, communication issues, communication strategies, implementation to evaluation plans to measure the success of its digital marketing program. This digital marketing design refers to the theoretical and scientific concepts used in the field of advertising for the purpose of being real-time and successfully supporting Malva Dress's business development, especially from marketing point-of-view.