

Perencanaan strategi komunikasi pemasaran aplikasi gaya hidup sehat 'Fitco' = Strategic marketing communication planning of healthy lifestyle application 'Fitco'

Annete Lupita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481925&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas tentang Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran aplikasi smartphone berbasis gaya hidup sehat, yaitu Fitco, yang mengajak penggunanya untuk memulai penerapan gaya hidup sehat lewat berjalan kaki. Fitco yang merupakan pemain baru dan masih melalui tahap pra rilis menemukan masalah, yaitu pemilihan target pasar yang tidak tajam dan positioning yang belum jelas. Masalah yang ditemui Fitco dianalisis lewat model perceptual mapping dan VALS untuk menemukan target pasar primer. Data dikumpulkan langsung dari perusahaan serta lewat pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif terhadap target pasar potensial Fitco.

Setelah mendapatkan temuan analisis konsumen lewat wawancara kualitatif, peneliti menentukan atribut-atribut yang sesuai untuk merancang ide besar. Dengan ide besar Collectible Healthy Social Life, peneliti menurunkan pesan yang ingin dibawakan ke dalam marketing communication platform untuk mendapatkan positioning, key message, copy blocks, serta tone and manner yang sesuai dengan Fitco secara efektif.

Kemudian, evaluasi telah dilakukan lewat pengumpulan data kuantitatif untuk mengukur penerimaan positioning dan gaya penyampaian pesan yang telah dirancang terhadap target pasar yang telah ditentukan.

This final assignment discusses about Strategic Marketing Communication Planning Marketing of a healthy lifestyle based smartphone application called Fitco, which aims to persuade its users to start adopting a healthy lifestyle through walking. As a newcomer in the industry, Fitco finds its problems in lack of market targeting and unclear positioning. The problems found are analyzed through perceptual mapping model and VALS method to discover a primary target market. Data are collected directly from Fitco, as well as quantitative and qualitative research conducted towards its potential target market.

After gathering new consumer analysis findings, researcher determines corresponding attributes to design the big idea. With Collectible Healthy Social Life as the big idea, researcher applies this big idea into marketing communication platform to effectively create Fitcos positioning, key message, copy blocks, as well as tone and manner. Later, evaluation is done through quantitative research to determine potential target markets reception towards Fitcos big idea design.