

Nama: **FARID PAHLEVI**

Judul: **Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Komunikasi Pemasaran Program *Creative Summer & Celebration Party BREW Mobile Application* (Studi Kasus Pada PT. Jatis Mobile).**

ABSTRAK

Dalam menciptakan karya kreatif yang unik untuk meraih kesempatan bersaing di tingkat dunia dan terus meningkatkan reputasi dan citra sebagai perusahaan Infrastruktur Aplikasi terdepan, terpercaya di pangsa pasar Indonesia dan Asia Pacific. BREW (*Binary Runtime Environment for Wireless*) sebagai produk *platform* pertama di Indonesia yang memungkinkan pengembangan dan penggunaan aplikasi media *mobile* yang sangat luas, untuk memperkenalkan produk tersebut maka PT. Jatis Mobile melakukan suatu program kompetisi *creative summer & celebration party with mobile application technology BREW*.

Penelitian ini mengacu pada konsep Philip Kotler, konsep yang secara umum sering digunakan untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut bauran promosi (*promotional mix*), disebut bauran promosi karena biasanya pemasar sering menggunakan berbagai jenis promosi secara simultan dan terintegrasi dalam suatu rencana promosi produk. PR Smith mengenai SOSTAC pemasaran dan definisi *Marketing PR* oleh Tom Harris mengenai penggunaan strategi dan tehnik-tehnik kehumasan untuk mencapai sasaran pemasaran.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang dikaji secara kualitatif. Metode penelitian studi kasus dengan tehnik pengumpulan data melalui wawancara mendalam pada *key informan* (Melisha Rachman *Head of Marcom Jatis Group*, Ferrij Lumoring *Chief Information Officer* Jatis Mobile, Bimo Wartawan Swa, Oky Firmansyah Juara 1 kompetisi BREW) dan dari berbagai analisa dan *dokument*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT. Jatis Group selama ini diawali dengan pengumpulan fakta dan informasi untuk dijadikan data menyusun perencanaan secara cermat, dalam perencanaan disusun tahapan-tahapan yang dilakukan seperti menentukan tema isu, segmentasi, target khalayak sasaran, *positioning*, pesan dan media yang digunakan. Kemudian dilanjutkan dengan implementasi. Tahapan ini merupakan tindakan nyata dari perencanaan yang sudah disusun sebelumnya agar hasilnya berjalan lancar. Tahapan monitoring juga dilaksanakan pada saat implementasi sebagai sarana evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam konteks evaluasi *media relations* indikatornya pada *media monitoring* adalah banyak-nya liputan media & pemberitaan yang positif sehingga reputasi PT. Jatis Mobile di mata media massa dan publik baik, produk aplikasi BREW lebih dikenal luas oleh publik, sehingga target sasaran tercapai.