

Nama : ROBERTUS ADITYA PRATOMO PUTRO
NIM : 55216110050
Judul :
Proses Implementasi Komunikasi Dalam Upgrade Regular Brand Menjadi Premium Brand
(Studi Kasus: Popok Bayi Sweety Gold)

Abstract

Implementation of Marketing Communication Process in Upgrading Regular Brand to Premium Brand did not escape from the process of image enhancement and product perception in people's mind, so that people can more easily choose a product that is considered to represent the identity and segmentation. This premium brand becomes an added value that is proven to be favored by some people of Indonesia, especially for baby diaper products that consumer is the baby of the family, so parents as a customer have extra consideration when determining the product to be used his baby. The focus of this research is to know how the process of communication implementation in regular brand upgrade to premium brand through case study: Sweety Gold Baby Diaper.

This study used a qualitative approach with Case Study Research Methods, data collection techniques conducted by in-depth interviews with resource persons or indepth interviews are conducted direct questions and answers with Marketing Manager of Sweety Gold Products and Communication Science Experts.

From the result of the research that the researcher observed is the implementation process of the right target communication, which explains all the detailed process of the research stage, objective determination, strategy formulation, and its tactics in the field application, with the evaluation and control system of all communication process of the product.

Keywords: IMC, SOSTAC, brand, premium

Abstrak

Implementasi Proses Komunikasi Pemasaran dalam Peningkatan Merek Reguler terhadap Merek Premium tidak lepas dari proses peningkatan citra dan persepsi produk di dalam pikiran masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih mudah memilih produk yang dianggap mewakili identitas dan segmentasi. Merek premium ini menjadi nilai tambah yang terbukti disukai oleh beberapa orang Indonesia, terutama untuk produk popok bayi yang konsumennya adalah bayi keluarga, sehingga orang tua sebagai pelanggan memiliki pertimbangan ekstra saat menentukan produk yang akan digunakan bayinya. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses implementasi komunikasi dalam merek reguler ditingkatkan menjadi brand premium melalui studi kasus: Sweety Gold Baby Diaper.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Metode Penelitian Studi Kasus, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam dengan nara sumber atau wawancara mendalam dilakukan dengan pertanyaan langsung dan jawaban dengan Marketing Manager dari Sweety Gold Products dan Ahli Ilmu Komunikasi.

Dari hasil penelitian yang diamati peneliti adalah proses implementasi komunikasi target yang tepat, yang menjelaskan semua proses rinci dari tahap penelitian, penentuan tujuan, perumusan strategi, dan taktiknya dalam penerapan lapangan, dengan evaluasi dan pengendalian sistem semua proses komunikasi produk.

Kata kunci: IMC, SOSTAC, merek, premium

