



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

Achmad Alief Fahrozanov

44314010055

Program Promosi Hasil Petani Kopi Rakyat Melalui Event Fest Cojakbar “Ngusil Berisik”. (Peran Account Executive Dalam Event)

Jumlah Halaman : XIV + 115 Halaman + 37 Lampiran

Bibliografi : 22 acuan, 2002 - 2014

ABSTRAK

Perkembangan ilmu telah mendorong terjadinya evolusi marketing sebanyak tiga tahap, saat ini marketing telah sampai pada era marketing 3.0 dengan berfokus pada human spirit. Konsumen pada era ini tidak hanya mencari pemenuhan fungsional dan emosional saja, namun juga spirit. Masyarakat sudah mulai jenuh terhadap iklan dan menginginkan suatu pengalaman yang dapat dirasa sebelum membeli produk atau jasa yang disediakan. Dalam peranan ini saya Account Executive beserta tim mengimplementasikannya dengan brand activation yang kemudian mendorong suatu gagasan event marketing, pemasar dapat melakukan interaksi langsung serta dapat memberikan pengalaman kepada calon konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian aplikatif dengan menggunakan riset studi kasus. Data diperoleh melalui interaksi langsung, pengamatan langsung, dan studi pustaka. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 informan.

Hasil penelitian ini meliputi proses atau tahapan event marketing mini FESTCOJAKBAR 2018, yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi, event mini FESTCOJAKBAR 2018 dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan Brand awarenessnya sebagai event kopi Jakarta barat.

Kata kunci : Brand activation, event marketing dan brand awareness.