



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Yusti Kurnia Suminar  
44314110079

Strategi *Event* Canon Photo Marathon 2016 Dalam Mengkokohkan *Brand Image* Pada Konsumen.

Jumlah Halaman : 5 bab + 92 halaman + 6 Lampiran

Bibliografi : 30 Acuan (1994-2011)

### ABSTRAK

Sebagai perusahaan yang telah lama bergerak dalam industri teknologi, Canon, PT Datascrip merupakan salah satu perusahaan distributor kamera terbesar di Indonesia. Penelitian ini menyoroti mengenai strategi komunikasi pemasaran Canon, PT Datascrip melalui event Canon Photo Marathon dalam mengkokohkan brand image pada konsumen.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui event Canon Photo Marathon dalam mengkokohkan brand image pada konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Adapun penelitian ini adalah internal PT Datascrip. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa, strategi komunikasi pemasaran melalui event yang digunakan PT Datascrip dalam event Canon Photo Marathon dapat mengkokohkan brand image yang cukup signifikan. Selain itu antusiasme pelanggan dan Canon, PT Datascrip terjadi peningkatan yang sangat baik.