

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Rosi Pratiwi Utami 44317110024

Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu 21 Cineplex Dalam

Menarik Minat Konsumen Membeli Tiket Online M-Tix Tahun 2019

Jumlah Halaman : xiii + 116 Isi + 23 Lampiran Bibliografi : 32 Acuan, Tahun 2001-2016

## **ABSTRAK**

Strategi komunikasi pemasaran terpadu perlu dilakukan untuk menarik minat khalayak dengan produk yang akan dibuat. Dalam penelitian ini peneliti meneliti strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan 21 Cineplex terhadap tiket *online* M-Tix. M-Tix merupakan salah satu jenis dari sistem perdagangan elektronik (*E-Commerce*) dalam bentuk *Mobile Commerce* (*M-Commerce*) yang merupakan aktivitas perdagangan berbasis internet milik 21 Cineplex yang berada dibawah naungan PT. Nusantara Sejahtera Raya.

Dalam penelitian ini meneliti komunikasi pemasaran terpadu (IMC) yang menggunakan berbagai bentuk bauran komunikasi pemasaran dalam implementasinya yang ditentukan berdasarkan segmentasi, *targeting*, *positioning* (STP) dan SWOT yang dimiliki M-Tix.

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian postpositivistik dengan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dan observasi non partisipan. Data sekunder dari penelitian ini yaitu dari studi kepustakaan, dokumen dan arsip yang bersumber dari buku-buku yang relevan dengan topik penelitian.

Disimpulkan dalam penelitian ini, komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh 21 Cineplex terhadap M-Tix ini mengintegrasikan kegiatan komunikasi pemasaran dengan menjadikan *Event* sebagai *tools* utama, didukung dengan berbagai *tools* lainnya seperti periklanan, promosi penjualan, *public* relation, personal selling, direct marketing, word of mouth marketing, personal selling, dan interactive / internet marketing.

Kata kunci : IMC, *E-Commerce*, STP, SWOT, 21 Cineplex, M-Tix