



Falkultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan
Manesa Raditya (44316120015)
Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Netzme Untuk Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2018
Jumlah halaman: 90

Bibliografi: 29 Buku (2003-2017)

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran adalah elemen penting dalam mengkomunikasikan dan memasarkan Netzme sebagai salah satu aplikasi financial technology yang berdiri pada tahun 2017. Aplikasi Netzme walaupun dikatakan sebagai aplikasi berbasis financial technology tetapi terdapat fitur media sosial di dalamnya.

Peneliti menggunakan teori Philip Kotler Kevin Keller di mana tahapan dalam strategi komunikasi pemasaran adalah analisis situasi. Penentuan segmentasi, targeting dan positionng, penentuan bauran komunikasi pemasaran. Bauran promosi menggunakan teori dari Belch & Belch merupakan bauran tertentu pemasangan iklan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan alat-alat pemasaran langsung (*direct marketing*), dan *interactive marketing* (internet marketing) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasangan iklan dan pemasaran. Semua usaha dalam kegiatan promosi dilakukan melalui komunikasi yang menggunakan kombinasi peralatan promosi yang disebut dengan bauran promosi.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh aplikasi Netzme dalam meningkatkan *brand awareness*. Metode yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan nara sumber dan pengamatan di lapangan.

Hasil penelitian berisi penjabaran strategi komunikasi pemasaran aplikasi Netzme pada periode 2018. Aplikasi Netzme menggunakan beberapa elemen dari bauran promosi yaitu *advertising*, *direct marketing*, *publicrelations* dan *interactive marketing*.

Kata Kunci: strategi, komunikasi pemasaran, promosi, aplikasi



Falkultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan
Manesa Raditya (44316120015)
Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Netzme Untuk Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2018
Page: 90

ABSTRACT

The communications strategy distribution is important element in communicate and markets netzme as one of application financial technology that was established in 2017. Application Netzme although was said to be based program financial teknologi but terdapat features social media in it.

Researchers used the theory Philip Kotler and Kevin Keller where the strategies of marketing communications is analicies situation .The segmentation , targeting and positiong , the hotchpotch of marketing communications .Hotchpotch promotion using the theory of a Belch & Belch is certain hotchpotch advertising, selling personal, sales promotions, public relations, and direct marketing direct marketing, and the interactive marketing (internet marketing) used by companies to reach perpose has bought advertising and marketing. All of the in the promotion is done by using a combination of communication equipment promotion called the promotion mix.

Research aimed at ascertaining the communications strategy netzme marketing done by any application to increase brand awareness.Method is by the deskriptif qualitative research.Technique through interviews in data collection and diplomatic source of the field observation.

Research the communications strategy containing the application of marketing Netzme 2018.Application Netzme using several element of promotion mix is advertising, promotion direct marketing, publicrelations marketing and interactive.

Key Word: strategy, marketing communication, promotion, aplication