BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

Nama : IGNASIUS ADHYTYA KRISTIANTHO (44310110018)
Nim : 44310110018
Judul : *BRAND ACTIVATION* SEBAGAI KEGIATAN PROMOSI PRODUK SPECS (PT PANATRADE CARAKA) PADA PERIODE TAHUN 2014
Jumlah halaman : V +99 halaman+ 20 lampiran
Bibliografi : 32 acuan, Tahun 1995 - 2012

ABSTRAK

Brand Activation merupakan salah satu implementasi dari strategi komunikasi pemasaran terpadu untuk berinteraksi dengan konsumen dan calon konsumen secara tepat dan efektif. Dimana Aktivitas aktif-interaktif antara perusahaan dengan pelanggan dengan tujuan meningkatkan keerataan hubungan antar keduanya. *Brand activation* adalah salah satu bentuk promosi merek yang mendekatkan dan membangun interaksi merek dengan penggunanya melalui aktivitas pertandingan olahraga, hiburan, kebudayaan, sosial, atau aktivitas publik yang menarik perhatian lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep komunikasi, komunikasi pemasaran, strategi komunikasi pemasaran, bauran promosi, *brand, brand activation*,dimana karakterisitik *brand activation* menurut teori Kotler memiliki 6 aktivitas yaitu *publication, event, community involvement, identity media, lobbying dan sosial investment.*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus melalui wawancara mendalam kepada para narasumber, dan peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu jawaban yang di dapat selama terjun di lapangan (observasi) di pastikan kembali dengan sumber (subyek penelitian) untuk mendapatkan keabsahan data.

Hasil penelitian ini membahas Specs sebagai salah satu sport brand yang memiliki beberapa segmen produk olahraga seperti futsal,badminton dan sepak bola melakukan brand activation untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Penyelenggaraan brand activation yang dilakukan Specs mengacu kepada hubungan teori brand activation PENCILS yaitu *publication, event, community involvement, identity media, lobbying dan*

sosial investment. Specs melakukan semua 6 elemen tersebut untuk melakukan kegiatan promosi produk mereka

Penelitian menyimpulkan bahwa aktivitas *brand activation* yang dilakukan oleh Specs sebagai kegiatan promosi (PT Panatrade Caraka) adalah dengan melakukan tahapan-tahapan *brand activation* yaitu *publication, event, community involvement, identity media, lobbying dan sosial investment* dimana *Publication, event marketing dan sponsorship* merupakan elemen yang paling sering dilakukan oleh Specs selama periode tahun 2014. Karena kedua elemen tersebut memiliki efektifitas yang sangat besar untuk keperluan promosi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA