

# Perencanaan program komunikasi pemasaran terpadu susu pertumbuhan vidoran xmart 3&4 "future me" periode Januari-Desember 2015 = Integrated marketing communication strategy planning for growing up milk vidoran xmart 3&4 "future me" January-December 2015

Swastika Rahmadani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20405097&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Susu Vidoran Xmart yang baru saja launched di bulan Juni 2014 silam, merupakan susu pertumbuhan keluaran PT Tempo Scan Tbk. Produk ini lahir atas dasar keinginan mulia dari PT Tempo Scan Tbk untuk memenuhi kebutuhan gizi anak bangsa serta dalam upaya mencerdaskan generasi selanjutnya. Dilengkapi dengan minyak hati ikan kod, susu Vidoran Xmart merupakan jawaban tepat bagi para orang tua yang menginginkan buah hatinya tumbuh dengan asupan nutrisi yang tepat baik untuk jasmani dan perkembangan otak. Walaupun dilengkapi dengan minyak hati ikan kod yang baik untuk otak, serta dijual dengan harga yang cukup terjangkau, ternyata awareness masyarakat (terutama TA) akan produk ini masih cukup rendah. Untuk mengatasi hal ini maka perlu dilakukan strategi komunikasi yang tepat untuk meraih target khalayak dan meningkatkan kesadaran terhadap susu pertumbuhan Vidoran Xmart 3&4.

Rangkaian kampanye "Future Me" ini berusaha untuk menginspirasi para ibu untuk terus mendukung tumbuh kembang anak mereka hingga tercapai cita-cita si kecil. Target yang disasar merupakan ibu-ibu kelas menengah yang menginginkan anaknya untuk tumbuh seperti anak-anak dari kelas atas. Tahapan strategi yang digunakan berdasarkan pada teori FCB Grid dengan target peningkatan penjualan sebesar 5%. Dengan menggunakan media konvensional dan media online, biaya kampanye yang berlangsung selama 1 tahun ini adalah sebesar Rp 28.796.894.740. Evaluasi dan pengawasan juga akan dilakukan untuk mengukur efektivitas dari pelaksanaan kampanye ini.

.....Vidoran Xmart Milk that has just launched by June 2014 is a growing up milk produced by PT Tempo Scan Tbk. This product was first born on the basis of the noble desire of PT Tempo Scan Tbk to meet nation nutritional needs. Equipped with Cod Liver Oil, Vidoran Xmart milk is the exact answer for parents who want their children grow with proper nutrition both for physic and brain development. Even though containing Cod Liver Oil that is good for brain and sold at affordable price, this product has low awareness especially among its own target. To overcome the problem, it is needed to have good communication strategy to grab target's awareness toward the product.

"Future Me" campaign is made to inspire moms to keep supporting their children until they become what they want in the future. The campaign is targeting on middle class mothers who want their children to grow just like top-tier kids. FCB Grid theory is used as the base for the campaign with a purpose of sales growth by 5% at the end of the campaign.

Using conventional media and online media, the cost for this 1year long campaign is Rp 28.796.894.740. Monitoring and evaluation will also be held to measure campaign effectiveness.