

Analisis komunikasi pemasaran terpadu imc pada idol grup jkt48 studi deskriptif pada kegiatan pilar imc dalam mengelola komunitas merek jkt48 = Analysis of the marketing communication imc on idol group jkt48 descriptive studies of imc pillars on managing community brand of jkt48

Filriady Kusmara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20422753&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang strategi kegiatan marketing tim management JKT48 yang dinilai cukup berhasil dalam persaingan industri musik Indonesia. Terutama melihat fakta bahwa industri musik mengalami tekanan yang sangat berat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu aspek penting yang menjadi andalan adalah peran komunitas yang sangat kuat. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif dan pendekatan konstruktivis . Hasil penelitian menyarankan bahwa untuk bisa survive di era persaingan industri musik yang semakin ketat maka setiap management perlu membuat strategi dan langkah yang bisa mengkombinasikan aspek off air dan on air.

.....

This study explain about the marketing strategy of JKT48 management, whom considered quite successful in the competition of Indonesia?s music industry. Especially with the fact that there were some heavy pressure to the industry in recent years. One of the important aspect is the role of the community. This research is qualitative descriptive interpretive with constructivist approach. The result of this research suggest that there has to be some kind of comprehensive marketing strategy in order to survive in the tough competition of the music industry. The strategy combine on air aspect as well as off air.