

Peranan Brand Activation dalam Membangun Ekuitas Brand Produk Lahan Pemakaman (Studi pada SAN DIEGO HILLS MEMORIAL PARK) = The Role of Brand Activation in Building Brand Equity of Cemetery Product (Study on SAN DIEGO HILLS MEMORIAL PARK)

Claudia Michelle Paramesvari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423954&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dewasa ini, sedikit usaha yang dilakukan untuk menelaah isu yang berhubungan dengan pemasaran dalam industri pemakaman, khususnya taman makam. Padahal, industri ini memiliki prospek cerah khususnya di Indonesia. Selain permintaan yang semakin meningkat, ditemukan adanya pertumbuhan tren melaksanakan upacara pemakaman yang mewah - termasuk pembelian lahan makam premium oleh orang-orang kaya di Indonesia. Di lain sisi, memasarkan produk industri pemakaman dianggap sulit oleh karena adanya beberapa kendala seperti sifat produk yang kontroversial ataupun kebudayaan setempat menyangkut kematian. Pemasaran memainkan peran penting dalam jenis perusahaan apapun. Namun, ketika menyangkut bisnis pemakaman, kemampuan untuk memasarkan brand dapat menjadi faktor yang sangat menentukan kesuksesan perusahaan.

Brand activation merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat berpengaruh dalam menciptakan ekuitas brand pada benak konsumen. Dengan brand activation yang mumpuni, pemakaman yang dianggap seram dapat dianggap sebagai tempat wisata, sementara lahan makam dapat laku keras meski dibanderol harga hingga milyaran Rupiah. Pada penulisan ini akan dibahas lebih jauh mengenai empat pilar yang menyokong aktivitas brand activation ? identitas, produk & layanan, karyawan dan komunikasi, serta praktiknya oleh salah satu pemain industri pemakaman terbesar di Indonesia, San Diego Hills Memorial Park

<i>ABSTRACT</i>

Presently, a little effort has been done to examine issues related to marketing in funeral industry, specifically cemetery. Meanwhile, in Indonesia, the industry itself has a promising prospect since the demand continuously raises and moreover, there is the growing trend for luxurious funeral ceremonies ? including purchase of premium cemetery lot, among wealthy Indonesians. On the other hand, marketing products of funeral industry is considered precarious for its product's controversial nature and for local custom or cultural issues on death. Marketing plays a central role on any kind of company, but when it comes to cemetery business, the ability to market the brand can be the deciding factor to determine the company's success in the industry.

Brand activation is one of the marketing strategy that affects brand equity. Savvy brand activation can make a creepy visit to a cemetery seems no longer creepy but fun as an excursion, it also can make people crave for a hundred million rupiah priced cemetery lot. This review will examine further on the cornerstones of brand activation ? identity, product & services, and communication, and its practice by one of the biggest company in the funeral industry in Indonesia, San Diego Hills Memorial Park.</i>