

Penggunaan teknologi virtual reality dalam strategi brand hotel (studi kasus : kampanye Travel Brilliantly Marriott Hotels) = The use of virtual reality technology on hotel brand strategy (case study : Travel Brilliantly campaign by Marriott Hotels)

Christofer Verrel Argo Baldi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446873&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penggunaan teknologi dalam aspek komunikasi produk telah menjadi praktik yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan berhubungan dengan pesatnya perkembangan dari teknologi sendiri yang sejalan dengan kebutuhan dari sasaran khalayak. Bermunculannya teknologiteknologi baru ini memberikan pemasar sebuah tantangan baru untuk terus berinovasi dengan cara mereka berkomunikasi pada sasaran khalayaknya. Maka dari itu, perusahaan harus memberikan perhatian terhadap teknologi sebagai bentuk adaptasi dan inovasi perusahaan untuk menjaga relevansi dan efektivitas pesan yang mereka sampaikan kepada pelanggannya. Salah satu perusahaan yang berinvestasi besar dalam penggunaan teknologi adalah Marriott Hotels. Marriott Hotels yang melakukan pergeseran strategi posisi brand dan berfokus pada khalayak millennial, mengaplikasikan teknologi dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu untuk menyampaikan pesan brand ke benak mereka. Tulisan ini berfokus pada penggunaan teknologi virtual reality oleh Marriott Hotels sebagai salah satu cara komunikasi pemasaran dan perannya dalam membantu membentuk posisi brand Marriott Hotels di benak khalayak sasarannya.

<hr>

ABSTRACT

The uses of technology in the aspect of product communication has become a practice in the companies corresponding with the rapid growth of technology itself in line with with the needs of target audiences. The rise of new technologies gives a new challenge for the marketers to continuously inovating with the way they communicate to their target audiences. Thus, firms should pay attention to technology as a form of their adaptation and innovation to maintain the relevance and and effectiveness of the messsage that they deliver to their customer. One company that making vast investments in technology is Marriot Hotels. Marriott Hotels that shift their brand positioning strategy and focusing on millennial audience, utliizes technology in their integrated marketing communications to deliver brand message to their mind. This paper focus on the use of virtual reality technology by Marriott Hotels as one communication way and its role to help building Marriott Hotels brand position in the mind of their target audiences.