

Perencanaan komunikasi pemasaran online terpadu butik muslim Vanilla periode Januari-Juni 2019 = Integrated online marketing communication planning for Vanilla muslim boutique period January-June 2019

Pratista Ayu Anjati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482221&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini secara umum membahas tentang kegiatan pemasaran brand pakaian muslim, bernama Vanilla. Berdasarkan analisa dan survei sebelumnya,, maka penulis memilih untuk mengambil fokus tentang pemasaran online untuk Vanilla. Bahan analisis diambil langsung oleh penulis melalui wawancara dengan pemilik Vanilla dan survei kepada khalayak sasarnya.

Perencanaan pemasaran online Vanilla disusun dari latar belakang, analisa terkait Vanilla, penetapan masalah komunikasi, strategi komunikasi, implementasi, dan sampai pada rencana evaluasi untuk mengukur dan memonitor keberhasilan program pemasaran online-nya. Rancangan pemasaran online ini mengacu pada teori dan konsep-konsep ilmiah yang digunakan dalam bidang periklanan tujuannya agar dapat diterapkan secara nyata dan berhasil mendukung perkembangan bisnis Vanilla dari segi pemasaran.

.....This proposal generally discusses marketing activities of a Muslim wear brand, named Vanilla. Based on the analysis and previous survey, the authors chose to take a focus on online marketing for Vanilla.

Materials analysis was taken directly by the author through interviews with Vanilla owners and surveys to its target audience.

Vanilla's online marketing plan is composed of backgrounds, Vanilla related analyses, communication problem assignments, communication strategies, implementation, and up to the evaluation and monitoring plan to measure the success of its online marketing program. This online marketing design refers to the theories and scientific concepts used in the field of advertising purposes to be applied Vanilla's business development, especially from marketing point-of-view.