

Rancangan strategi komunikasi pemasaran Aplikasi Pemesanan Kelas Olahraga 'DOOgether' = Strategic marketing communication planning for Online Booking Application 'DOOgether'

Nathaya Hadi Putri Indiyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490543&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas tentang Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran aplikasi pemesanan kelas olahraga berbasis smartphone, yaitu DOOgether, aplikasi pesan kelas olahraga secara online.

DOOgether masih memiliki masalah pada tingkat awareness mereka yang masih tergolong cukup rendah pada target pasarnya. Masalah yang ditemui DOOgether dianalisis lewat model perceptual mapping dan VALS untuk menemukan target pasar primer. Data dikumpulkan langsung dari perusahaan serta lewat pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif terhadap target pasar potensial DOOgether. Setelah mendapatkan temuan analisis konsumen lewat wawancara kualitatif, peneliti menentukan atribut-atribut yang sesuai untuk merancang konsep kreatif. Dengan konsep kreatif One Stop to Healthy Life, peneliti menurunkan pesan yang ingin dibawa ke dalam marketing communication platform untuk mendapatkan positioning, key message, dan copyblock yang sesuai dengan DOOgether secara efektif. Kemudian, evaluasi telah dilakukan lewat pengumpulan data kuantitatif untuk mengukur penerimaan positioning dan gaya penyampaian pesan yang telah dirancang terhadap target pasar yang telah ditentukan.

.....This final assignment discusses about Strategic Marketing Communication Planning Marketing of a sport class online booking platform based smartphone application called DOOgether, which allow their user to book a sport class online. DOOgether now have a very low awareness rate, and that is what were trying to solve. The problems found are analyzed through perceptual mapping model and VALS method to discover a primary target market. Data are collected directly from DOOgether, as well as quantitative and qualitative research conducted towards its potential target market. After gathering new consumer analysis findings, researcher determines corresponding attributes to design the creative concept. With Collectible Healthy Social Life as the creative concept, researcher applies this big idea into marketing communication platform to effectively create DOOgethers positioning, key message, and copy blocks. Later, evaluation is done through quantitative research to determine potential target markets reception towards DOOgethers creative concept design.