

Proses Pembentukan Slogan Berdasarkan Persepsi Konsumen (User Imagery) (Studi Kasus Digital Music Production Class Double Deer Academy) = Slogan Generating Process Based On Consumer Perception (User-Imagery) (Case Study Double Deer Academy Digital Music Production Class)

Raka Hutomo Trisdewadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491309&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang proses pembentukan slogan berdasarkan persepsi konsumen (User-Imagery) menggunakan perceptual map dengan studi kasus kelas produksi musik digital Double Deer Academy. Sebagai salah satu kelas produksi musik digital dengan komunitas yang aktif, Double Deer Academy memerlukan pemetaan konsumen agar dapat membentuk strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian mixed-method yang diawali dengan penelitian kualitatif, kemudian melalui proses interpretasi data dan diakhiri dengan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menyarankan Double Deer Academy untuk menyorak salah satu kelompok konsumen dan melakukan pendekatan pemasaran yang sesuai dengan perilaku kelompok tersebut dan pesan pemasaran yang sudah ditemukan. Hasil dari penelitian ini adalah profil konsumen potensial Double Deer Academy serta slogan yang dapat dipakai sebagai pesan kunci pemasaran.