

Penggunaan Komunitas Pesepeda sebagai Community Marketing dalam Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi pada Brand Tas Life Behind Bars) = The Use of Cyclist Community as Community Marketing in Marketing Communication Strategy (A Study on Bag Brand Life Behind Bars)

Muhammad Zaki Ilham Eldiju, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529193&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ini menganalisis bagaimana komunitas pesepeda digunakan sebagai Community Marketing dalam strategi komunikasi pemasaran oleh brand Tas Life Behind Bars. Konsep yang dianalisis adalah pengaplikasian empat tools Community Marketing dalam strategi komunikasi pemasaran berupa delapan bauran komunikasi pemasaran (Marketing Communication Mix). Penelitian ini menggunakan metode analisis konten dengan mengumpulkan data dari kanal-kanal media yang dimiliki Life Behind Bars. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode wawancara semi-terstruktur dengan founder dari Life Behind Bars yaitu Aldeo Plato untuk mendapatkan data langsung dari Life Behind Bars sebagai pelaku strategi komunikasi pemasaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh bauran komunikasi pemasaran (Marketing Communication Mix) yang digunakan Life Behind Bars menggunakan salah satu dari empat tools Community Marketing yang ditujukan kepada komunitas pesepeda. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk menggunakan konsep pemasaran lain untuk meneliti Community Marketing.

.....This paper analyzes how the cyclist community is used as Community Marketing as a part of marketing communication strategy by bag brand Life Behind Bars. The analyzed concept is the application of four tools of Community Marketing in marketing communication strategy in a form of eight mix of marketing communication (Marketing Communication Mix). The analysis method used in this paper is content analysis by collecting data from media channels of Life Behind Bars. In addition, this paper also utilizes the analysis method of semi-structured interviews with the founder of Life Behind Bars Aldeo Plato to be able to collect data directly from Life Behind Bars as a user of marketing communication strategy. The result analyzed shows that every mix of marketing communication (Marketing Communication Mix) used by Life Behind Bars always uses one of the four tools of Community Marketing targeted to the cyclist community. Furthermore, the suggestion for the next research is to use other marketing concepts to analyze Community Marketing.