

Analisa hubungan strategi komunikasi pemasaran terhadap loyalitas merek pada majalah wanita: Studi kasus majalah Femina

Mayang Rukmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73956&lokasi=lokal>

Abstrak

Pertumbuhan industri media cetak yang cepat, membuat persaingan menjadi semakin ketat. Banyaknya media cetak baru membuat konsumen memiliki berbagai macam pilihan sehingga jarang hanya membeli satu macam saja. Melihat hal tersebut membuat para pemain dalam industri ini harus dapat membuat suatu strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memenangkan persaingan. Begitu pula pada majalah Femina yang merupakan pemain lama dalam industri ini.

Kondisi tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik Analisa Hubungan Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Loyalitas Merek pada Majalah Wanita (studi kasus majalah Femina). Bagaimana Femina menetapkan dan menjalankan komunikasi pemasarannya, dan apakah ada hubungan pada loyalitas pada majalah tersebut. Penelitian dilakukan dengan cara survai. Kerangka pemikiran yang digunakan adalah teori mengenai strategi pemasaran, komunikasi pemasaran dan loyalitas merek Majalah Femina telah melakukan strategi komunikasi pemasaran agar dapat menarik pembaca dan dapat menjaga pembaca setianya. Adanya konsistensi pesan sangat diperiukan dalam komunikasi pemasaran sehingga pembaca tidak bingung dan dapat menancap di benak pembacanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa majalah Femina belum melakukan strategi komunikasi pemasaran secara tepat, sehingga belum dapat membentuk loyalitas merek sesuai dengan yang diinginkan. Melihat dari hasil penelitian tersebut sebaiknya majalah Femina melakukan komunikasi pemasaran yang lebih terarah dan berkesinambungan, dengan pernyataan yang lebih jelas dan lugas sehingga dapat mengena pada pembacanya. Prinsip dasar dari komunikasi pemasaran bila dihubungkan dengan loyalitas merek adalah perusahaan harus dapat mengelola customer expectation karena itu merupakan dasar dalam pengelolaan merek yang menjanjikan dan terciptanya kepercayaan dari merek. Dari penelitian ini terlihat bahwa komunikasi pemasaran yang dilakuan belum diterapkan secara sinergi dan berkesinambungan. Konsistensi peran dan citra yang dimiliki perlu dipertahankan, selain itu perlu dipertimbangkan penggunaan media komunikasi lain seperti Internet dan juga pembentukan komunikasi pembaca majalah tersebut.

<i>Correlation Analysis Marketing Communication Strategy with Brand Loyalty to Women's Magazines: Case Study: Femina Magazine The growth of media industry is moving very fast and makes the competition among the player becomes tighter. There is much kind of new magazines and new newspapers showed up and makes consumer have many kind of choices so rarely they only buy one kind of magazines. Seeing that kind of situation makes the player must decide good marketing strategy to win the competition. So does Femina magazines, which is an old player in the industry.

That condition makes the author interested in doing a research of Correlation Analysis Marketing

Communication Strategy to Brand Loyalty At Women's Magazines (Case: Femina Magazine). How Femina chooses and do their marketing communication and does it has correlation with brand loyalty. This research was done by quantitative method and data compilation getting done survey. The basic concepts of this research are the theories about marketing strategy, marketing communication and brand loyalty.

Femina magazine has done marketing communication to attract and to keep their readers. The consistency of message is a must so there be no confusing in their reader and the message will stay on their head.

Femina has not done the correct marketing communication so they cannot build brand loyalty as they expected. According to the result, it would be better if Femina do marketing communication more focus and more integrated, using easier and attractive message to their readers. The basic principle of marketing communication is that acompay must manage customer expectation. This is the foundation of managing the brand promise and creating trust on which brands are built. The consistency of image and message must be remaining. Besides that Femina must consider using other media of communication and making a community for their readers.</i>