

Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk Menyukkseskan Kampanye Album “That Girl” dengan Mempertimbangkan Faktor Iklim, Kolaborator, Kompetitor, Khalayak, dan Sumber Daya Pihak Mentari Novel = Integrated Marketing Communication Planning to Successfully Launch the Campaign for the Album "That Girl" Considering Climate Factors, Collaborators, Competitors, Audience, and Resources from Mentari Novel

Belva Zahra Firdaus, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545098&lokasi=lokal>

Abstrak

Adanya perkembangan teknologi membuat siapa pun dapat menjadi bagian dari industri. Namun, hal tersebut membuat industri ini menjadi “field of all levels” yang menempatkan penyanyi baru dan independen, seperti Mentari Novel, akan bersaing dengan penyanyi yang dibantu oleh label (produsen rekaman) untuk merebut perhatian khalayak. Saat ini, pencapaian Mentari masih di bawah penyanyi muda peringkat tertinggi. Maka dari itu, perlu untuk menggunakan kerangka komunikasi pemasaran terpadu dengan analisis dan strategi yang tepat, yang dapat membantu mengoptimalkan pemasaran album “That Girl” oleh Mentari Novel. Konsep-konsep bagian dari komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan dalam karya akhir ini terutama adalah konsep 5C, tahap-tahap keputusan pembelian oleh konsumen DEPPRA (discovery, engagement, purchase, retention, dan advocacy), strategi pemasaran dan unsur-unsurnya, strategi promosi, eksekusi program, dan evaluasi perencanaan program. Analisis 5C adalah analisis yang mampu mengkaji, tidak hanya apa yang terjadi pada upaya Mentari Novel dan khalayaknya, tetapi juga elemen-elemen lain yang berpengaruh signifikan terhadap situasi khalayak. Berdasarkan serangkaian konsep tersebut, terdapat faktor kelebihan dan kekurangan pihak Mentari Novel. Kelemahan utama dari Mentari adalah pencapaian upaya personal branding yang dilakukan masih rendah. Maka, disusun serangkaian solusi komunikasi pemasaran terpadu meliputi penetapan big idea Mentari sebagai “You’re dream chasing ally”, tagline berupa “We’re That Girl”, pembuatan Instagram Ads yang ekspresif dan estetik, penampilan langsung yang akrab dengan khalayak, hadiah untuk khalayak, kolaborasi YouTube, kolaborasi platform Instagram, dan content marketing. Dengan semua inilah, diharapkan kelemahan upaya komunikasi Mentari dapat diperbaiki secara signifikan.

..... The advancement of technology enables anyone to become part of the industry. However, this creates a "field of all levels," where new and independent artists like Mentari Novel must compete with label-supported artists (record producers) to capture the audience's attention. Currently, Mentari's achievements are still below those of the top-ranking young artists. Therefore, it is essential to use an integrated marketing communication framework with proper analysis and strategies to optimize the marketing of Mentari Novel's album, "That Girl." The concepts used in this final project, which are part of integrated marketing communication, include the 5C concept, the stages of consumer purchase decision DEPPRA (discovery, engagement, purchase, retention, and advocacy), marketing strategies and their elements, promotion strategies, program execution, and program evaluation. The 5C analysis is capable of assessing not only Mentari Novel's efforts and her audience but also other significant elements affecting the audience's situation. Based on these concepts, there are strengths and weaknesses for Mentari Novel. The main

weakness of Mentari is the low achievement of her personal branding efforts. Thus, a series of integrated marketing communication solutions are devised, including establishing the big idea of Mentari as "You're dream chasing ally," the tagline "We're That Girl," creating expressive and aesthetic Instagram Ads, intimate live performances with the audience, gifts for the audience, YouTube collaborations, Instagram platform collaborations, and content marketing. With all these efforts, it is hoped that Mentari's communication efforts will be significantly improved.