

Strategi Pemasaran Digital pada Penyelenggaraan Event IDEC 2025 di Indonesia: Studi Perbandingan dengan IDEC 2023 = Digital Marketing Strategy in Organizing IDEC 2025 Event in Indonesia: A Comparative Study with IDEC 2023

Clariza Mutiara Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920572570&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran digital pada penyelenggaraan event Indonesia Dental Exhibition and Conference (IDEC) 2023 yang dibandingkan dengan strategi pemasaran digital pada event IDEC 2025. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran digital yang telah diterapkan pada event IDEC 2023, serta melakukan perencanaan strategi pemasaran digital untuk event IDEC 2025 dengan menambahkan platform baru untuk meningkatkan visitor. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif yang mencakup wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Informan dari penelitian ini terdiri dari Project Director, Project Head, dan Tim Marketing IDEC. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital IDEC 2023 dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, website resmi, email blast, dan kerja sama dengan media partner dapat menarik lebih dari 5.000 pengunjung. Sementara itu, untuk IDEC 2025 strategi pemasaran digital dirancang lebih interaktif dengan penambahan WhatsApp sebagai platform tambahan dengan harapan dapat menarik 6.000 pengunjung. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi penyelenggara event dan praktisi pariwisata dalam merancang strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

.....This research discusses the digital marketing strategy in organizing the Indonesia Dental Exhibition and Conference (IDEC) 2023 event which is compared with the digital marketing strategy for the IDEC 2025 event. The main focus of this research is to analyze the digital marketing strategies that have been implemented at the IDEC 2023 event, as well as planning digital marketing strategies for the IDEC 2025 event by adding new platforms to increase visitors. The research method used a qualitative approach that included interviews, observations, and document analysis. The informants of this research consisted of the Project Director, Project Head, and IDEC Marketing Team. The results of this study show that IDEC 2023's digital marketing strategy by utilizing digital platforms such as Instagram, Facebook, official website, email blasts, and cooperation with media partners can attract more than 5,000 visitors. Meanwhile, for IDEC 2025 the digital marketing strategy was designed to be more interactive with the addition of WhatsApp as an additional platform with the hope of attracting 6,000 visitors. This research contributes to event organizers and tourism practitioners in designing more effective digital marketing strategies.