

Ringkasan Eksekutif

Peningkatan industri alat tulis di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan. Hal ini dilatarbelakangi oleh tumbuhnya angka partisipasi sekolah dari tahun ke tahun. Perkembangan industri ini pun didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang hingga saat ini bisa dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan untuk dapat memperluas jaringan komunikasi pemasaran melalui media sosial.

Sejak berdiri tahun 1976, merek Kiky sendiri ternyata hanya dikenal kurang dari 50% oleh konsumennya khususnya oleh kalangan pelajar dan pekerja sebagai target market utama pengguna alat tulis. Setelah melakukan analisa kualitatif dan kuantitatif, ditemukan akar permasalahan dari gejala masalah ini, yaitu strategi *Integrated Marketing Communication (IMC)* tidak efektif. Media komunikasi untuk mempromosikan Kiky sendiri hanya terbatas di media tradisional.

Berdasarkan riset kualitatif dan kuantitatif yang telah penulis lakukan, penulis mengusulkan agar Kiky melebarkan media promosi melalui media sosial dengan cara memperkenalkan perusahaan beserta merek secara umum, menyusun dan mengunggah konten yang memperlihatkan merek dan produk Kiky.

Executive Summary

The increase in the stationery industry in Indonesia is growing. This is caused by the growth of school enrollment rates every year. Industrial development is also supported by the development of technology, which is used by various companies to be able to expand its one marketing communication tools through social media.

Established 1976, under 50% of the consumers know about the brand itself , especially by the students and workers as the main target market. After conducting both qualitative and quantitative analysis, the author found the root cause of the symptoms of this problem, which is the strategy of Integrated Marketing Communication (IMC) is not effectively executed. Kiky still use traditional communication media to promote its brand.

Based on quantitative and qualitative research that have been done, the authors proposed to expand Kiky's promotion through social media by introducing the company and the brand in general, preparing and uploading content that shows the brand and Kiky's stationery products.