

ABSTRAK

Implementasi *Foreign Branding* Pada Perencanaan *Intergrated Marketing Communication* Taylor Fine Goods

Danisa Amanda Ardianti. ¹⁾ Fathiya Nur Rahmi. ²⁾ Naurissa Biasini.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Taylor Fine Goods (TFG) adalah sebuah *fashion brand* yang didirikan pada tahun 2012. Berawal dari bisnis kecil menjual perlengkapan kamera di Surabaya, kini TFG telah menjual produknya di 36 kota Indonesia dan manca negara. Dalam melakukan komunikasi pemasarannya, TFG menggunakan perencanaan *Intergrated Marketing Communication* (IMC) dengan pesan – pesan yang mengandung unsur kebudayaan negara asing. Hal tersebut dinamakan sebagai strategi *foreign branding*. Dalam penelitian ini akan membahas bagaimana implementasi *foreign branding* pada perencanaan IMC yang dilakukan oleh TFG. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian *post positivistic*, metode penelitian kualitatif, dengan pengambilan tiga informan yakni *Chief Executive Officer*, *Head of Operational*, dan *Head of Marketing Communication* TFG menggunakan Teknik *purposive sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara terstruktur. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa strategi tersebut telah dilakukan oleh TFG dengan tujuan untuk menambah nilai positif serta menciptakan rasa senang dan bangga kepada konsumennya.

Kata kunci : *Fashion brand*, *Intergrated Marketing Communication*, *Foreign Branding*

Pustaka : 72

Tahun Publikasi : 2010 - 2021