

ABSTRAK

Komunikasi Pemasaran Terpadu Erigo Apparel Untuk Meningkatkan Penjualan

Stella Bella lizabeth Maukar ¹⁾, Reni Dyanasari ²⁾, Nathaniel Antonio Parulian ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Erigo adalah perusahaan yang bergerak di industri fashion dan merupakan brand lokal Indonesia. Erigo kini mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan sejak bergabung bersama Shopee. di tahun 2021 Erigo Apparel memasang iklan di billboard Times Square New York dan mengikuti Event New York Fashion Week pada september 2021 lalu. Berkat event tersebut erigo semakin go internasional dan banyak dikenal masyarakat indonesia. Konsep brand erigo mengunjung fashion lokal yang kekinian dengan target pasar anak-anak muda. Penelitian ini membahas Erigo Apparel dalam menjalankan kegiatan IMC atau Integrated Marketing Communication. Penelitian ini menggunakan buku IMC Model Dwi Sapta dan merupakan penelitian kualitatif. hasil kesimpulan penelitian ini kegiatan IMC yang paling efektif digunakan Erigo Apparel adalah Sosial Media Instagram dan adanya iklan di media sosial dan market place erigo membuat peningkatan penjualan erigo meningkat selama pandemik.

Kata kunci : Erigo Apparel, IMC, Marketing Communication, Peningkatan Penjualan, brand Lokal.

Publikasi : 34

Tahun Publikasi : 2021