

**STRATEGI PT. TOKOPEDIA DALAM PROMOSI  
“RAYAKAN KEBEBASANMU” MELALUI MEDIA OFFLINE  
UNTUK MEMPERBAHARUI KESADARAN MASYARAKAT  
PADA TAHUN 2016**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

**NORMA WIDYA VALEVI**

**20130530113**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Tahun 2017**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

**Saya yang bertandatangan dibawah ini :**

Nama : Norma Widya Valevi

Nomor Mahasiswa : 20130530113

Jurusan Konsentrasi : Ilmu Komunikasi *Public Relations*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : Strategi PT. Tokopedia Dalam Promosi “Rayakan Kebebasanmu” Melalui Media Offline Pada Tahun 2016 Dalam Memperbaharui Kesadaran

Dengan ini saya menyatakan bahwa Karya Ilmiah atau Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan karya ilmiah ini belum pernah diajukan sebagai pemenuhan untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata Satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ataupun di perguruan tinggi lain.

Yogyakarta, Agustus 2017

Penulis,

### **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala hormat dan ketulusan hati yang sedalam-dalmnya, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama perkuliahan hingga disusunnya skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang sudah memberikan saya hidup sampai saat ini. Sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak saya Maryono yang telah memberikan motivasi, bekerja keras untuk menafkahi keluarga dan mendukung saya sampai hari ini.
3. Ibu saya wanita yang tidak kenal lelah untuk mendidik saya menjadi orang yang lebih baik, taat beribadah. Terimakasih atas dukungan dan doa untuk saya selama ini
4. Kedua kakak adik saya Ermaya Widyastuti dan Venia Trianisa membantu membimbing dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada Irvan Syahrusyam B yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Balqis Kusuma Octahadi, Hilda Faradina, Dessy, Atika Jasmin, Murti Setya, Mega Andriani, Rizma sudah membantu dalam pengerjaan skripsi ini
7. Terimakasih teman-teman Ilmu Komunikasi khususnya kelas C dan teman dari Public Relations maupun seangkatan Ilmu Komunikasi.

## QUOTES

“Don’t wish it was easier, wish you were better. Don’t wish for less problems, wish for more skills. Don’t wish for less challenges, wish for more wisdom. The major value in life is not what you get. The major value in life is what you become. Success is not to be pursued; it is to be attracted by the person you become.” – Jim Rohn

## **KATA PENGANTAR**

**Assalamu'alaikum, wr. Wb**

Alhamdulillah puji dan syukur senantiasa kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas limpahanrahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian gunamelengkapi syarat dalam memperoleh gelar Strata-1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2017.

Penulis sadar bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak dapat terwujud. Pencapaian besar ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT beserta Rasul-Nya Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak Dr. Gunawan Budiyanto, MP. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S IP., M.Sc. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Aswad Ishak, S .IP., M,Si. Selaku Dosen Pembimbing.

Terimakasih atas nasehat, saran, arahan serta perbaikan yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii-viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	x
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Tinjauan Pustaka .....	9
1. Strategi Promosi .....	9
A. Perencanaan Strategi Promosi .....	21
B. Pelaksanaan Strategi Promosi .....	26
C. Evaluasi Strategi Promosi .....	32
2. Brand Awareness .....	32
3. Strategi Media .....	35
F. Metode Penelitian .....	39
1. Jenis Penelitian .....	39
2. Lokasi Penelitian .....	39
3. Objek Penelitian .....	40
4. Teknik Pengumpulan Data .....	40
5. Teknik Analisis Data .....	41
6. Uji Validitas Data .....	43
7. Sistematika Penulisan .....	44
<b>BAB II PROFIL UMUM TOKOPEDIA .....</b>	<b>45</b>
A. Sejarah PT. Tokopedia.....	45
B. Visi.....	46
C. Logo .....	46
D. Lokasi .....	47
E. Struktur Organisasi PT. Tokopedia .....	47
F. Produk .....	51

<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Penyajian Data .....	54
1. Tahapan Perencanaan .....	55
A. Merancang Pesan .....	58
B. Penentuan Tujuan .....	59
C. Target Audiens Sasaran .....	60
D. Alokasi Anggaran Dalam Menjalankan Promosi .....	62
E. Memilih Media Promosi .....	63
2. Pelaksanaan program Rayakan Kebebasanmu di media-media yang dipilih oleh tokopedia .....	68
3. Evaluasi Strategi Promosi .....	84
B. Analisis Data .....	86
1. Strategi Promosi .....	87
2. Bauran Promosi .....	96
A. Periklanan/Advertising .....	96
B. Pelaksanaan Strategi Promosi .....	101
C. Evaluasi .....	103
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>105</b>
<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>105</b>
<b>SARAN .....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Logo Tokopedia .....	46
1.2 Gambar Website Tokopedia .....	51
1.3 Gambar Presentasi alokasi anggaran media offline .....	63
1.4 Gambar Iklan TV Wanita Sambel .....	70
1.5 Gambar Cuplikan Iklan Rayakan Kebebasanmu .....	72
1.6 Gambar Iklan radio .....	77
1.7 Gambar TVC, TVC Lift dan Cinema Spot .....	80
1.8 Gambar Bilboard Rayakan Kebebasanmu .....	83



## **DAFTAR BAGAN**

1.1 Bagan Struktur Organisasi Tokopedia .....	47
1.2 Bagan Perencanaan Strategi Promosi.....	57