

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relation

Norma Widya Valevi

Strategi PT. Tokopedia dalam Promosi “Rayakan Kebebasanmu” Melalui Media Offline tahun 2016

Tahun Skripsi 2017

105 Halaman + 2 Lampiran + Daftar Pustaka: 15 Buku + 3 Sumber Internet

PT. Tokopedia merupakan salah satu mall online di Indonesia yang mengusung model bisnis marketplace dan mall online. Tokopedia memungkinkan setiap individu, toko kecil dan brand untuk membuka dan mengelola toko online.. Dengan visi untuk "Membangun Indonesia yang Lebih Baik Lewat Internet", Tokopedia memiliki program untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara online. Pertanyaanya kemudian bagaimana cara promosi PT. Tokopedia dalam Kampanye “Rayakan Kebebasanmu” melalui media offline pada Tahun 2016 dalam memperbaharui kesadaran? Ditambah dengan fakta bahwa perusahaan Tokopedia memiliki banyak kompetitor di bidang yang sama, maka perlu dipikirkan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan awareness dengan menjadi *Top Of Mind* (puncak pikiran konsumen) Inonesia.

Penelitian ini membahas tentang strategi penjualan di media offline yang dilakukan PT. Tokopedia untuk meningkatkan awareness dan penjualan di tahun 2016. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, sehingga dalam penelitian ini peneliti tidak mencari maupun menguji hipotesis. Tujuan peneliti adalah mendeskripsikan kampanye Rayakan Kebebasanmu melalui media-media yang dipilih oleh PT. Tokopedia untuk memperbarui kesadaran masyarakat dan meningkatkan penjualan. sumber dari penelitian berasal dari karyawan di perusahaan Tokopedia. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, arsip dan studi pustaka.

Hasil dari ini menunjukan bahwa dalam pelaksanaan strategi promosi perusahaan Tokopedia dalam kampanye Rayakan Kebebasanmu mulai dari perencanaan hingga evaluasi dilakukan oleh PT. Tokopedia sudah melalui tahap yang baik walaupun harus ada perbaikan, dan program kontinyu yang harus terus dilakukan untuk memperbaharui kesadaran guna meningkatkan penjualan. PT. Tokopedia melakukan langkah-langkah dengan proses perencanaan, implementasi serta evaluasi. Sedangkan strateginya PT. Tokopedia menggunakan strategi media offline.

Kata Kunci: Strategi promosi, Brand Awareness, Media Offline

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Science

Concentration Public Relation

Norma Widya Valevi

Strategy of PT. Tokopedia in Promotion "Celebrate Your Freedom" Through Offline Media 2016

Thesis Year 2017

105 Pages + 2 Appendices + References: 15 Books + 3 Internet Sources

PT. Tokopedia is one of the online mall in Indonesia that carries the marketplace business model and mall online. Tokopedia allows every individual, small shop and brand to open and manage online stores. With a vision to "Build a Better Indonesia Through the Internet", Tokopedia has a program to support small and medium enterprises and individuals to develop business by marketing their products online. The question then how to promote PT. Tokopedia in Campaign "Celebrate Your Freedom" through offline media in 2016 in renewing awareness? Coupled with the fact that Tokopedia company has many competitors in the same field, it is necessary to consider the right promotional strategy to increase awareness by becoming the Top Of Mind (peak of consumer mind) of Indonesia.

This research discusses about sales strategy in offline media conducted by PT. Tokopedia to increase awareness and sales in 2016. The type of research used is descriptive qualitative research, so in this study the researchers did not seek or test the hypothesis. The purpose of the researcher is to describe campaign Celebrate your Freedom through media selected by PT. Tokopedia to update people's awareness and increase sales. The source of the research comes from employees at Tokopedia companies. In this research data collection techniques obtained through interviews, archives and literature study.

The results of this show that in the implementation of promotion strategy Tokopedia company in the campaign Celebrate your Freedom starting from planning that promotional activities and promotional strategies conducted by PT. Tokopedia has gone through a good phase despite improvements, and a continuous program that must be continuously done to renew awareness to increase sales. PT. Tokopedia takes steps with the planning, implementation and evaluation process. While the strategy of PT. Tokopedia uses offline media strategy.

Keywords: Promotion Strategy, Brand Awareness, Offline Media.

