

BAB IV

PENUTUP

KESIMPULAN

Kegiatan dalam memasarkan produk perusahaan menjadi salah satu kegiatan yang terus ditingkatkan. Tokopedia selalu berusaha agar tetap berada dipasaran yang mempunyai ciri khas terhadap jasa atau produk yang diberikan kepada konsumen. Kemudian Tokopedia melakukan kegiatan promosi untuk memperbarui awareness dan meningkatkan penjualan melalui media promosi yang dipilih oleh perusahaan tersebut. Kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Tokopedia melalui beberapa tahap diantaranya yaitu tahap perencanaan, implementasi dan evaluasi.

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan BAB 1, maka peneliti dapat menarik kesimpulan terkait dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Tokopedia dalam memperbarui awareness dan meningkatkan penjualan melalui kampanye Rayakan Kebebasanmu 2016 adalah sebagai berikut :

1. Dalam perencanaan strategi promosi, perusahaan Tokopedia memilih kampanye Rayakan Kebebasanmu untuk menjalankan objek perusahaan yaitu menjadi *Top of Mind* dan meningkatkan penjualan di industri *e-commerce*. Strategi promosi yang diambil dari bauran promosi salah satunya yaitu periklanan sebagai kegiatan promosi di berbagai media offline yang mendukung untuk menjangkau audiens sasaran.
2. Merencanakan bauran promosi dalam komunikasi pemasaran dianggap penting karena hal ini bisa dilakukan *quarterly periode* untuk

memperbarui kembali *awareness* terhadap Tokopedia dengan komunikasi pesan yang baru.

3. Sebagai media yang mendukung kampanye pemasaran sebuah produk, perencanaan media offline dirancang melalui serangkaian proses kreatif yang membutuhkan kolaborasi dari beberapa peran yang ada di dalam agensi periklanan. Untuk menghasilkan konten yang menarik dibutuhkan waktu yang lama sehingga proses perencanaan yang matang dibutuhkan untuk memperoleh hasil yang optimal.
4. Divisi perencanaan media offline dalam melakukan kegiatan promosi sudah berhasil dan menggunakan beragam media offline yang dapat dengan cepat menjangkau audiens untuk mengetahui produk-produk dan kualitas yang disediakan Tokopedia melalui kampanye Rayakan Kebebasanmu.

SARAN

1. Meningkatkan kreatifitas dalam mengembangkan isi materi iklan sehingga tujuan iklan tersebut sampai ke puncak pikiran konsumen. Seperti memberikan promo pada saat kampanye Rayakan Kebebasanmu di berbagai media offline dengan memberikan bebas ongkir atau diskon *up to* 70% sehingga menggugah konsumen untuk mencoba dan merasakan manfaat yang diberikan pada saat program kampanye tersebut berjalan.

2. Harus tepat waktu dalam jadwal pengiriman materi saat launching kampanye dengan tidak adanya aktifitas atau *deadline* yang melebihi jadwal. Kendala materi yang tidak sesuai di evaluasi dengan cara memberikan format yang benar kepada *creative agency*, nantinya *media agency* dapat lancar meneruskannya ke stasiun TV untuk melaksanakan program kampanye tersebut.