

Analisis corporate branding melalui pelaksanaan campaign: studi kasus pada campaign ciptakan peluangmu perusahaan e-commerce Tokopedia = Corporate branding analysis through campaign implementation: case study on ciptakan peluangmu e-commerce company Tokopedia campaign

Salfia Asifa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472836&lokasi=lokal>

Abstrak

Pesatnya perkembangan e-commerce saat ini, mendorong perusahaan yang bergerak di bidang terkait mengembangkan strategi corporate branding dalam upaya mempertahankan eksistensinya di kalangan masyarakat dan menjadi top of mind publik, khususnya di kalangan seller. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memaparkan corporate branding yang dilakukan oleh perusahaan e-commerce Tokopedia melalui pelaksanaan kampanye. Adapun paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post-positivisme dan pendekatan penelitian kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus.

Hasil penelitian ini menunjukkan melalui kampanye Ciptakan Peluangmu, Tokopedia melakukan pengembangan pesan dan strategi media yang cukup masif. Namun, dibandingkan dengan pelaksanaan kampanye perusahaan, citra image yang dimiliki oleh seller lebih banyak didasari oleh penggunaan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan. Pengetahuan seller terkait dengan perusahaan diperoleh dari forum dagang online atau preferensi yang diperoleh dari orang-orang sekitar.

The rapid development of e commerce today, encourage companies engaged in related areas to develop corporate branding strategy in an effort to maintain its existence among the public and become top of the public mind, especially among sellers. This study aims to identify and describe corporate branding conducted by e commerce company Tokopedia through kampanye implementation. The paradigm used in this research is post positivism and qualitative research approach with case study research strategy.

The results of this research show through kampanye Create Opportunity, Tokopedia do development of message and massive media strategy enough. However, compared to the implementation of corporate kampanyes, the image owned by seller more based on the use of products or services provided by the company. The seller 39 s knowledge related to the company is obtained from online trading forums or preferences obtained from those around.