

# Strategi Pemasaran Gamifikasi untuk Meningkatkan Keterlibatan Konsumen (Studi Kasus Brand Campina) = Gamification Marketing Strategy to Intensify Consumer Engagement (Case Study Campina Brand)

Eunike Karen, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513327&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Peningkatan gradual dari penggunaan internet dan media sosial memunculkan berbagai bentuk baru dari strategi pemasaran. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang banyak digunakan untuk keperluan bisnis khususnya pemasaran adalah gamifikasi (gamification). Gamifikasi sebenarnya telah ada sebelum media sosial marak digunakan dan penggunaannya semakin marak di era media sosial. Tujuan dari gamifikasi utamanya adalah untuk meningkatkan keterlibatan konsumen. Tulisan ini, bertujuan untuk menganalisis gamifikasi dan keterlibatan konsumen dalam konteks pemasaran. Studi kasus yang diambil berasal dari brand Campina yang menggunakan gamifikasi untuk memasarkan es krim Summer Barz Frozen Berry. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gamifikasi dari Campina memasuki lima tahap keterlibatan konsumen

.....The gradual increase of internet and social media usage have also increased various new forms of marketing strategy. One of the most widely used marketing strategies is gamification. Gamification actually existed before social media era. Its usage increased in the era of social media. The main purpose of gamification is to increase consumer interaction. This paper aims to analyze gamification and consumer engagement in a marketing context. Case study is conducted by taking samples from Campina (ice cream brand), a brand that uses gamification to sell Summer Barz Frozen Berry ice cream. Results of this study indicated that gamification from Campina had entered the five stages of consumer engagement