

Penerapan integrated marketing communication (IMC) perayaan ulang tahun Shopee ke-5 tahun 2020 = Implementation of integrated marketing communication (IMC) for Shopee's 5th anniversary celebration in 2020

Angely Aprilia Bukit, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516707&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan ini dilatarbelakangi dengan munculnya Shopee sebagai e-commerce yang menduduki posisi Top of Mind tertinggi menurut MarkPlus Inc pada tahun 2020. Dalam mempromosikan produknya, Shopee menggunakan konsep Integrated Marketing Communication (IMC), salah satunya pada Kampanye "Shopee 12.12 Birthday Sale" tahun 2020. Jurnal makalah ini bertujuan untuk mengulas penerapan konsep IMC pada Kampanye "Shopee 12.12 Birthday Sale" tahun 2020. Hasil kajian menunjukkan bahwa Shopee menerapkan empat saluran komunikasi pemasaran yang tergabung dalam IMC, yaitu 1) Advertising (iklan) yang terdiri dari iklan TV (musik dan stop action), iklan media digital interaktif (Youtube), dan iklan luar ruangan (billboard), 2) Public relations (hubungan masyarakat) yang terdiri dari publikasi sosial media (website, Youtube, Instagram), publikasi media massa (portal berita online), endorsement dan influence (Stray Kids dan GOT7), serta special event (TV show), 3) Sales Promotions (promosi penjualan) yang terdiri dari promo dan games, dan 4) Direct Marketing (pemasaran langsung) yang terdiri dari email blast. Pelaksanaan IMC yang Shopee lakukan dapat dikatakan berhasil karena berhasil menyampaikan pesan merek dengan jelas, konsisten, dan kuat kepada konsumen, meningkatkan kesadaran merek atau brand awareness Shopee, menciptakan pengalaman pada pelanggan melalui konten interaktif, dan membangun citra Shopee. Sedangkan dalam segi penjualan, pelaksanaan IMC yang Shopee lakukan juga berhasil meningkatkan profit Shopee 8 kali lipat dibandingkan tahun 2019.

.....This writing is motivated by the emergence of Shopee as an e-commerce with the highest Top of Mind level according to MarkPlus Inc in 2020. When marketing their products, Shopee uses the concept of Integrated Marketing Communication (IMC), including the campaign "Shopee 12.12 Birthday Sale" in 2020. This journal paper aims to discuss the IMC implementation in 2020's "Shopee 12.12 Birthday Sale" campaign. The analysis results proved that Shopee used four channels of marketing communications of the IMC, which are 1) Advertising which consists of TV advertisements (music and stop action), interactive digital media advertisements (Youtube), and OOH advertisements (billboard); 2) Public Relations which consists of social media (website, YouTube, Instagram), mass media publications (online news portal), endorsements and influences (Stray Kids and GOT7), also special events (TV show); 3) Sales Promotions which include promo and games, and 4) Direct Marketing which includes email blast. Shopee's implementation of IMC is considered successful because they conveyed a clear, consistent, and strong brand message to their consumers, increased their brand awareness, created an experience for their consumers through interactive contents, and built Shopee's branding. On the other hand, on the sales side, Shopee's implementation of IMC also successfully raised Shopee's profit eight times higher than the year 2019.