

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan, bimbingan, kasih karunia dan berkat-berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Pemegang dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* YANG DIGUNAKAN OLEH RUPARUPA.COM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN” yang ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penulisan laporan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang terbesar bagi mereka yang telah setia memberikan dukungan dan bimbingan, serta selalu siap untuk membantu, yaitu:

1. Dr. Edwin Martua Bangun Tambunan, S.I.P., M.Si., selaku Dekan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi.
3. Carly Scheffer Sumampouw, S.Sos., M.Comn., selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing pemegang dengan tekun dan sabar dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.

4. Jumadal Simamora, S.Sos., M.I.Kom., sebagai coordinator tugas akhir yang telah membantu pemegang melengkapi keperluan pemegang dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.
5. Sigit Pamungkas, S.T., M.T., Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom., dan Carly Stiana Scheffer Sumampouw, S.Sos., M.Comn., sebagai dosen penguji, selaku dosen penguji dalam sidang yang telah memberikan banyak bantuan serta saran atas laporan tugas akhir pemegang.
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah senantiasa membagikan ilmu kepada pemegang selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan dan seluruh asisten dosen, staf FISIP, dan semua pihak yang telah membantu dan memfasilitasi pemegang dalam hal administratif.
7. Fransiska Clarissa selaku pembimbing di PT. Omni Digitama Internusa atau RupaRupa.com yang menuntun pemegang dalam mengerjakan laporan tugas akhir.
8. Iwan Setiawan dan Julis Angela, serta Wenny Pradita Setiawan, selaku keluarga yang telah mendukung pemegang baik moril maupun material.
9. Kezia Ranoxalim selaku kekasih yang telah mendukung dan menyemangati selama proses magang dan pembuatan laporan tugas akhir ini.
10. Diana, Bianca Berlin, Gabriella Chu, Jeffry Derio, Ribka Christina Tarmadi, dan teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 selaku dosen dan

teman seperjuangan yang selalu siap untuk membantu pemegang menyelesaikan laporan tugas akhir.

11. Kak Ipang, Ci Tania, Kak Kezia, Ci Abong, Ci Vicky, Kak Monique, Kak Gita, Eillen, Kak Vera, Ci Jess, Kak Diandra, dan seluruh tim RupaRupa.com yang telah mendukung dan membantu pemegang dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna dan Pemegang mungkin telah melakukan beberapa kesalahan selama proses magang dan dalam penyelesaian laporan ini. Oleh karena itu, Penulis mohon maaf atas kekurangan yang ada dan dengan senang hati menerima setiap kritik dan saran. Akhir kata, Penulis berharap laporan ini memberikan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Terima kasih. Biarlah segala puji, hormat, dan kemuliaan hanya bagi Tuhan! Amin.

Tangerang, 15 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Tujuan.....	7
I.3 Ruang Lingkup dan Batasan	7
I.4 Waktu Pelaksanaan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Komunikasi	10
II.2 <i>Marketing Mix</i>	12
II.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu	16
II.3.1 <i>Promotional Mix</i>	18
II.3.2 <i>Digital Marketing</i>	20
II.3.3 <i>Brand Equity</i>	23
II.3.3.1 <i>Brand Awareness</i>	24
II.3.3.2 <i>Brand Image</i>	26
BAB III LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	27
III.1 Gambaran umum perusahaan	27
III.1.1 PT. Kawan Lama Sejahtera	27
III.1.2 PT. Omni Digitama Internusa.....	32
III.1.3 Visi, misi, dan filosofi perusahaan.....	34
III.1.4 Jenis produk RupaRupa.com	36
III.1.7 Struktur organisasi perusahaan	46
III.2 Deskripsi tugas akhir pekerjaan pemegang	48
III.2.1 Kegiatan lingkup administrasi pemegang	50
III.2.2 Kegiatan lingkup operasional pemegang	51

	halaman
BAB IV PEMBAHASAN	53
IV.1 Hasil Deskripsi tugas akhir Pekerjaan Pemegang	53
IV.1.1 Promo RupaRupa.com	54
IV.1.2 Promo bulanan ACE <i>Online</i>	57
IV.1.3 Promo mingguan <i>Flash Sale ACE</i>	60
IV.1.4 Promo <i>AdHoc</i> (dadakan) ACE <i>Online</i>	61
IV.1.5 Promo bulanan Informa <i>Online</i>	62
IV.1.6 Promo mingguan SEMAT (Serba Hemat) Informa <i>Online</i>	63
IV.1.7 Promo <i>buyer</i> Informa <i>Online</i>	64
IV.1.8 Mengerjakan promo <i>AdHoc</i> (dadakan) Informa <i>Online</i>	65
IV.1.9 Promo bulanan Toys Kingdom	66
IV.1.10 Promo Mingguan <i>Ruppers</i>	67
IV.1.11 <i>Content</i> Gideon RupaRupa.com	67
IV.2 Pembahasan	68
IV.2.1 Komunikasi	68
IV.2.2 <i>Marketing Mix</i>	69
IV.2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu	77
IV.2.4 Promotional Mix	83
IV.2.5 Digital Marketing	87
IV.2.6 <i>Brand Equity</i>	92
IV.2.6.1 <i>Brand Awareness</i>	93
IV.2.6.2 <i>Brand Image</i>	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
V.1 Kesimpulan	96
V.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	A-1

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 <i>Logo Omni Digitama Internusa</i>	9
Gambar 1.2 <i>Logo RupaRupa.com</i>	9
Gambar 2.1 <i>Communication flow</i>	11
Gambar 2.2 <i>Promotional Mix</i>	20
Gambar 2.3 <i>The Brand Awareness Pyramid</i>	26
Gambar 3.1 Struktur Organisasi secara garis besar	46
Gambar 3.2 Struktur Organisasi RupaRupa.com	47
Gambar 3.3 Diagram alir pekerjaan pemegang	52
Gambar 4.1 <i>Promo Deck RupaRupa.com Pisau Fair</i>	54
Gambar 4.2 <i>Trello Design</i>	56
Gambar 4.3 <i>Promo RupaRupa Liburan Lebih Nyaman</i>	57
Gambar 4.4 <i>Promo Bulanan ACE Bikin Hidup Jadi Mudah</i>	60
Gambar 4.5 <i>Promo mingguan ACE Flash Sale</i>	61
Gambar 4.6 <i>Promo Dadakan ACE Siap Sedia Saat Darurat</i>	62
Gambar 4.7 <i>Promo Bulanan Informa Your Business Starts Here</i>	63
Gambar 4.8 <i>Promo mingguan Informa SEMAT</i>	64
Gambar 4.9 <i>Promo Buyer Informa Working Space</i>	65
Gambar 4.10 <i>Promo AdHoc Informa Home Furniture Cashback 15%</i>	66
Gambar 4.11 <i>Promo Bulanan Toys Kingdom Bring On The Action</i>	67
Gambar 4.12 <i>Rating dan Review RupaRupa mobile apps</i>	70
Gambar 4.13 <i>RupaRupa.com mobile apps</i>	71
Gambar 4.14 <i>Detail dan Deskripsi Produk</i>	72
Gambar 4.15 <i>Support Center RupaRupa.com</i>	73
Gambar 4.16 <i>Promo dadakan ACE Siap Sedia Saat Darurat</i>	74
Gambar 4.17 <i>Proses Status Pembelian produk</i>	75
Gambar 4.18 <i>Metode STOPS pada RupaRupa.com</i>	75
Gambar 4.19 <i>Promo buyer ACE Solusi Efektif</i>	76
Gambar 4.20 <i>Promo RupaRupa.com Liburan lebih nyaman</i>	78
Gambar 4.21 <i>Promo dadakan ACE Special Offer 70%</i>	79
Gambar 4.22 <i>Promo buyer ACE Udara lebih segar</i>	80
Gambar 4.23 <i>Push Notification</i>	82
Gambar 4.24 <i>RupaRupa.com billboard</i>	84
Gambar 4.25 <i>RupaRupa.com Interactive Media</i>	85
Gambar 4.26 <i>video penjelasan produk</i>	89
Gambar 4.27 <i>Banner ACE bekerjasama dengan RupaRupa</i>	94
Gambar 4.28 <i>Perbandingan Popularitas e-commerce</i>	94

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A.1 Lembar Surat Permohonan Ijin Magang.....	A-1
Lampiran A.2 Lembar Surat Keterangan Magang.....	A-2
Lampiran A.3 Lembar Uraian Tugas Pemegang	A-3
Lampiran A.4 Lembar Informasi Tempat Magang	A-4
Lampiran A.5 Lembar Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang.....	A-5
Lampiran A.6 Lembar Penilaian (Tahap Awal)	A-6
Lampiran A.7 Lembar Penilaian (Tahap Akhir).....	A-7
Lampiran A.8 Lembar Angket (Pendapat Perusahaan).....	A-8
Lampiran A.9 Lembar Angket (Pendapat Pemegang)	A-9
Lampiran A.10 Lembar Monitoring (Supervisor Magang).....	A-10
Lampiran A.11 Lembar Monitoring (Bimbingan Tugas Akhir).....	A-11
Lampiran B.1 Laporan harian magang (1 Agustus – 13 Desember 2019).....	B-1
Lampiran C.1 Curriculum Vitae	C-1

