

ABSTRAK

Yesha Valencia (01041210037)

PENGUNAAN *LIVE STREAMING* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KOMPAS GRAMEDIA DALAM UPAYA UNTUK MEMPERKENALKAN ONLINE STORE GRAMEDIA

(xi+116 halaman; 4 gambar; 9 tabel; 4 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *live streaming* sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan engagement dan penjualan produk Gramedia, khususnya melalui online store. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, perusahaan dituntut untuk menggunakan platform digital yang dapat menjangkau audiens lebih luas dan menciptakan interaksi langsung dengan konsumen. *Live streaming* dipilih sebagai salah satu alat yang efektif dalam memperkenalkan produk, seperti buku-buku terbaru, serta membangun hubungan emosional dengan audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada Kompas Gramedia. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak internal perusahaan dan analisis terhadap strategi komunikasi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan mendorong penjualan. Selain itu, Kompas Gramedia juga menerapkan strategi pemasaran terintegrasi yang melibatkan kolaborasi dengan platform digital besar dan influencer, serta meningkatkan kapasitas tim melalui pelatihan internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* telah menjadi alat pemasaran yang efektif dan relevan dalam era digital, memberikan dampak positif terhadap visibilitas brand, serta meningkatkan engagement dan penjualan produk Gramedia.

Kata Kunci: *Live streaming*, Komunikasi Pemasaran, Engagement, Penjualan, Kompas Gramedia

Referensi: 17 (2019-2024)

ABSTRACT

Yesha Valencia (01041210037)

UTILIZING LIVE STREAMING AS A MARKETING COMMUNICATION STRATEGY FOR KOMPAS GRAMEDIA IN AN EFFORT TO INTRODUCE THE GRAMEDIA ONLINE STORE

(xi+ 116 pages; 4 pictures; 9 tables; 9 attachments)

This study aims to analyze the utilization of live streaming as a marketing communication strategy to enhance engagement and sales of Gramedia's products, particularly through its online store. With the rapid development of technology and digitalization, companies are required to use digital platforms that can reach a wider audience and create direct interactions with consumers. Live streaming was chosen as an effective tool for promoting products, such as newly released books, while also building emotional connections with the audience. This research employs a qualitative method with a case study approach on Kompas Gramedia. Data were collected through interviews with internal company representatives and analysis of the communication strategies implemented. The findings of this study indicate that live streaming serves not only as a promotional medium but also as a means to increase audience engagement and drive sales. In addition, Kompas Gramedia implements an integrated marketing strategy that involves collaboration with major digital platforms and influencers, as well as enhancing team capacity through internal training. Overall, this study reveals that live streaming has become an effective and relevant marketing tool in the digital era, providing a positive impact on brand visibility and improving engagement and sales for Gramedia's products.

Keywords: *Live streaming, Marketing Communication, Engagement, Sales, Kompas Gramedia*

Reference: *17 (2019-2024)*