



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING**

Nama : NUGRAHANTI ANDIKA PUTRI  
Nim : 44317110109  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKTOK.ID  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
Jumlah Halaman : viii+79 Halaman, 14 Lampiran  
Bibliografi : 28 acuan, Tahun 2003-2007

### **ABSTRAK**

Di dalam sebuah organisasi perusahaan sebuah strategi komunikasi pemasaran mempunyai peran penting. Salah satu tujuannya adalah memberikan informasi, mengingatkan konsumen, membujuk baik secara langsung dan juga secara tidak langsung mengenai produk atau merk yang dipasarkan. Dalam penelitian ini mencari tahu mengenai strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh TokTok.id dalam meningkatkan *brand awareness* kepada target pasarnya yaitu para ASN. Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam berbagai bentuk bauran komunikasi pemasaran yang dianalisis berdasarkan segmentasi, *targeting*, *positioning* dan SWOT.

Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian postpositivistik. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer melalui wawancara, observasi dan data sekunder dalam bentuk dokumen dan arsip yang bersumber dari buku-buku yang relevan dengan topic penelitian.

TokTok.id telah menjalankan keseluruhan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang mengintegrasikan periklanan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Perorangan, Promosi Penjualan, dan pemasaran langsung dalam meningkatkan *brand awareness* pada para ASN.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Brand Awareness, TokTok.id**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING**

Name : NUGRAHANTI ANDIKA PUTRI  
Nim : 44317110109  
Title : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKTOK.ID  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
Pages : 79 Halaman, 12 Lampiran  
Jumlah Halaman : viii+79 Pages, 14 Enclosure  
Bibliografi : 28 *references*, 2003-2007

**ABSTRACT**

In a company organization a marketing communication strategy has an important role. One goal is to provide information, remind consumers, persuade both directly and indirectly about the product or brand that is marketed. In this research, find out about integrated marketing communication strategies carried out by TokTok.id in increasing *brand awareness* to its target market, namely the ASN. This study examines how integrated marketing communication strategies in various forms of marketing communication mix are analyzed based on segmentation, *targeting*, *positioning* and SWOT.

This type of research uses descriptive qualitative method with qualitative data analysis techniques. This study uses a postpositivistic research paradigm. Data collection techniques using primary data through interviews, observations and secondary data in the form of documents and archives sourced from books that are relevant to the research topic.

TokTok.id has implemented an overall integrated marketing communication strategy that integrates advertising, public relations, personal sales, sales promotion, and direct marketing in increasing *brand awareness* among ASNs.

**Keywords: Marketing Communication Strategy, Brand Awareness, TokTok.id**