



**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROGRAM CUSTOMER
JOURNEY TOKOPEDIA DI MASA PANDEMI TAHUN 2020-2021**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S1)
Komunikasi Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication*

Disusun oleh :

Novie Susanty Wallad

44318120051

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novie Susanty Wallad
NIM : 44318120051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROGRAM CUSTOMER JOURNEY TOKOPEDIA DI MASA PANDEMI TAHUN 2020-2021 adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 8 September 2022

Yang membuat pernyataan

Materai 10.000

(Novie Susanty Wallad)



Mengetahui,

Pembimbing

(Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M. Med
Kom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Novie Susanty Wallad
NIM : 44318120051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication
Judul : PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROGRAM
CUSTOMER JOURNEY TOKOPEDIA DI MASA PANDEMI
TAHUN 2020-2021

Jakarta, 8 September 2022

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M. Med Kom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Novie Susanty Wallad
NIM : 44318120051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication
Judul : PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROGRAM
CUSTOMER JOURNEY TOKOPEDIA DI MASA PANDEMI
TAHUN 2020-2021

Jakarta, 8 September 2022

Ketua Sidang : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty,
M. Si (.....)

Penguji Ahli : Wiyanto H, M. Ikom (.....)

Pembimbing : Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M.
Med Kom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROGRAM
CUSTOMER JOURNEY TOKOPEDIA DI MASA PANDEMI
TAHUN 2020-2021
Nama : Novie Susanty Wallad
NIM : 44318120051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 8 September 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M. Med
Kom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Peran Komunikasi Pemasaran dalam Program *Customer Journey* Tokopedia di Masa Pandemi Tahun 2020-2021.”

Penulis menyadari dalam proposal ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M. Med Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam proposal ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam bentuk maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai adanya saran atau kritik dari semua pihak yang bersifat membangun guna menyempurnakan proposal ini. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal ini bisa memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M. Med Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
2. Terima kasih kepada Allah SWT, ibuku Kridaningsih, bapakku Almarhum Eddy Wallad, anakku Mikala Karaya, adik-adikku, Boy, Thya, Riri, dan Edo, para dosen UMB beserta jajaran pendukung dan teman-teman yang selalu menyemangati.



Jakarta, 13 Oktober 2021
Penulis,
Novie Susanty Wallad

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
a. Manfaat Teoritis.....	11
b. Manfaat Praktis.....	11
c. Manfaat Sosial.....	11
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Kajian Teoritis.....	22
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2. CRM (Customer Relationship Management).....	27

2.2.3. Customer Journey (Perjalanan Pelanggan).....	29
2.2.4. E-Commerce.....	34
2.2.5. Pandemi.....	39
BAB III.....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1. Paradigma Penelitian.....	41
3.2. Tipe Penelitian.....	41
3.3. Metode Penelitian.....	42
3.4. Subyek Penelitian.....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1. Data Primer.....	43
3.5.2. Data Sekunder.....	43
3.7. Teknik Analisis Data.....	44
3.8. Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV.....	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	48
4.1.1. Profil Perusahaan.....	49
4.1.2. Logo, Maskot dan Slogan Perusahaan.....	49
4.2. Hasil Penelitian.....	52
4.3. Pembahasan.....	76
BAB V.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Customer Journey</i> (Sumber : niagahoster.co.id).....	2
Gambar 1. 2 Good News From Indonesia, “Tokopedia Jadi eCommerce dengan Kunjungan Tertinggi di Indonesia pada Q2 2021”.....	5
Gambar 2. 1 Customer Journey Layers. Sumber : Bright Vessel.....	5
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan "Tokopedia".....	50
Gambar 4. 2 Maskot Perusahaan "Tokopedia".....	50
Gambar 4. 3 Tokopedia Care.....	55
Gambar 4. 4 Tokopedia Chat.....	56
Gambar 4. 5 Iklan Tokopedia di salah satu channel : Youtube.....	57



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
--------------------------------------	----



UNIVERSITAS
MERCU BUANA