

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING

Arif Wicaksono

20050530220

Pembuatan Kampanye Komunikasi Periklanan Digital Bukalapak

Bertemakan Pahlawan Kemerdekaan

Tahun Skripsi: 2018 + 120 hal + 6 tabel + 37 gambar

Daftar Pustaka: 11 buku + 14 sumber internet

ABSTRAK

Ditengah maraknya persaingan bisnis *e-commerce* saat ini, Bukalapak, sebagai salah satu situs *online* terkemuka di Indonesia perlu melakukan kampanye untuk mendukung pemasaran dalam mempertahankan dan menambah target audiens. Meski Bukalapak mampu bertumbuh dengan baik, namun belum banyak aktivitas pemasarannya terutama iklan televisi. Oleh karena itu, tujuan pembuatan tugas akhir ini adalah (1) Untuk mengajak target audiens untuk menggunakan Bukalapak (2) Untuk mendeskripsikan tahapan dalam pembuatan Iklan TV *Commercial* (TVC) (3) Untuk mendeskripsikan cara memilih media komunikasi yang sesuai sehingga tepat sasaran ke target audiens.

Tugas akhir ini menghasilkan beberapa karya yaitu TVC, Print Ad dan Poster dimana langkah dalam penciptaan konsep kreatifnya adalah sebagai berikut: (1) Pemahaman akan masalah. (2) Pembuatan konsep kreatif (3) Pemilihan Media. (4) *Budgeting* (5) Produksi. (6) *Editin*

UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
THE POLITICAL AND SOCIAL FACULTY
CONCENTRATION IN ADVERTISING

Arif Wicaksono
20050530220

The Making of Bukalapak's Digital Advertising Communication
Campaign with The Independence Hero Theme
Thesis Year: 2018 + 120 pages + 6 tables + 37 pictures
Bibliography: 11 books + 14 Internet sources

ABSTRACT

In the midst of today's competitive e-commerce business, Bukalapak, as one of the leading online shop sites in Indonesia needs to conduct campaigns to support marketing in maintaining and increasing its target audience. Although Bukalapak able to grow well, there have not been many marketing activities yet, especially television commercials. Therefore, the aim of this thesis are (1) To persuade the target audience using Bukalapak.com (2) To describe the stages in the making of Television Commercial (TVC) (3) To describe how to select the appropriate communication media in accordance with the target audience. This thesis aims to make several works such as TVC, Print Ad and Poster, which is there are several steps in the creation of creative concepts as follows: (1) Problem understanding. (2) Making the creative concept (3) Media Selection. (4) Budgeting (5) Production. (6) Editing.

