

**KAMPANYE *SELF LOVE* DARI TOKOPEDIA  
(STUDI KASUS TOKOPEDIA TOWER KUNINGAN)**

**CINDY ADELLYNA WIRADIREJJA**

**Abstrak**

*Fashion* merupakan media untuk mengomunikasikan dan mengontruksikan identitas suatu kelompok maupun individu dalam masyarakat. Tokopedia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jual beli *online* yang mengusung bisnis *marketplace*. Penelitian ini membahas kampanye dari tokopedia untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di karenakan banyak kompetitor. Tokopedia melakukan kampanye *self love* bersama dua kreator lokal dikarenakan banyaknya masyarakat yang tidak menyadari bahwa kita berhak menerima kasih sayang yang mereka berikan terhadap orang lain. Tujuan Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi tokopedia dalam bekerjasama dengan kreator lokal ternama dalam kampanye *self love*. Metode penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus, dimana dalam penelitian ini membutuhkan informan untuk memperoleh data di lapangan. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan yang bersangkutan dalam kegiatan kampanye *Self Love*, informan tersebut terdiri dari *lead public relations*, *lead of brand marketing*, *social media strategist BLP Beauty*, *marketing executive duma official* dan pengunjung kampanye *Self Love*. Wawancara dilakukan pada bulan April hingga Juni 2018 yang bertempat di kantor tokopedia tower kuningan dan di beberapa tempat lainnya yang telah disepakati oleh informan. Hasil yang di peroleh dari penelitian ini ialah menunjukkan strategi kampanye tokopedia bersama kreator lokal ternama melalui kegiatan *self love* dapat dikatakan berhasil karena mampu mempertahankan eksistensi dan meningkatkan jumlah penjualan dalam perhari.

**Kata Kunci** : Kampanye, eksistensi, produk lokal

# **SELF LOVE CAMPAIGN FROM TOKOPEDIA**

**(Case Study at Tokopedia Tower Kuningan)**

**CINDY ADELLYNA WIRADIREJJA**

## **Abstract**

*Fashion is a medium to communicate and to construct identity of a group or individual in society. Tokopedia is one of the companies engaged in the field of online trading that carries the business marketplace. This study discusses the campaign from tokopedia to maintain the existence of the company in because many competitors. Tokopedia conducts self-love campaigns with two local creators because of the large number of people who do not realize that we are entitled to the love they give to others. Objective This study wanted to know how tokopedia strategy in cooperation with local renowned creators in self love campaign. The research method used is descriptive qualitative research type using case study approach, where in this research need informant to get data in field. This research was conducted through in-depth interviews with the informants concerned in the activities of Self Love campaign, the informant consisted of lead public relations, lead of brand marketing, BLP Beauty social media strategist, marketing executive duma official and Kampannye Self Love visitors. Interviews were conducted from April to June 2018, which took place in the offices of the tokopedia tower brass and in some other places agreed upon by informants. The results obtained from this study is to show the strategy of tokopedia campaign with local famous creators through self love activities can be said to succeed because it is able to maintain the existence and increase the number of sales in the day.*

**Keyword :** *Campaign, existence, local product*