

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan tugas akhir ini dibuat untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh Blibli.com Galeri Indonesia. Blibli.com Galeri Indonesia adalah salah satu kategori di Blibli.com yang khusus menjual produk – produk UMKM di Indonesia. Melalui diskusi bersama pihak Blibli.com Galeri Indonesia dan *desk research* serta melakukan analisis menggunakan *severity – urgency matrix*, permasalahan yang dialami oleh Blibli.com Galeri Indonesia adalah rendahnya *online brand awareness* Blibli.com Galeri Indonesia.

Permasalahan yang dialami oleh Blibli.com Galeri Indonesia ini dianalisis menggunakan *fishbone diagram* dan *interrelationship diagram* untuk mengetahui penyebab serta akar penyebab dari permasalahan tersebut. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, akar penyebab dari permasalahan rendahnya *online brand awareness* Blibli.com Galeri Indonesia ini adalah kurangnya *online marketing planning*. Untuk menjawab permasalahan tersebut, solusi yang diberikan adalah memberikan *planning* melalui konsep *digital marketing* dengan menggunakan strategi *paid media*.

Dalam menjalankan strategi *digital marketing* berupa *paid media* ini, penulis memiliki rencana implementasi yang terbagi atas jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Rencana implementasi jangka pendek yang akan diterapkan adalah menjalankan *instagram ads*. Rencana implementasi jangka menengah yang akan diterapkan adalah melakukan *endorsement* kepada *influencers* yang ada di Indonesia. Rencana implementasi jangka panjang yang akan diterapkan adalah melakukan *You Tube ads*.

Kata Kunci: *Brand awareness, Digital Marketing, Paid Media*

EXECUTIVE SUMMARY

This final project report was made to complete the discussion conducted by Blibli.com Galeri Indonesia. Blibli.com Galeri Indonesia is one of the categories on Blibli.com that specifically sells MSME products in Indonesia. Through discussions with Blibli.com Galeri Indonesia, desk research and analysis using severity-urgency matrix, the problem Blibli.com Galeri Indonesia's currently facing is the low level of Blibli.com Galeri Indonesia online brand awareness in Indonesia.

The problems experienced by Blibli.com Galeri Indonesia were analyzed using fishbone and interrelationship diagrams to find their causes and root causes. Based on the analysis that has been done, the root cause of the low online brand awareness of Blibli.com Galeri Indonesia is the lack of online marketing planning. To answer the problems experienced based on these root causes, the solution given is to provide planning through digital marketing concept by using paid media strategies.

In running a digital marketing strategy in the form of paid media, the authors have implementation plans that are divided into short term, medium term, and long term. The short-term paid media strategy implementation plan that will be implemented for Blibli.com Galeri Indonesia is to execute instagram ads. The medium-term implementation plan for paid media strategies that will be implemented is by endorsing influencers in Indonesia. While the long-term implementation plan for paid media strategies to be implemented is to do You Tube Ads.

Key Word: Brand awareness, Digital Marketing, Paid Media