

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1. Blibli.com

Blibli adalah platform *e-commerce* Indonesia yang didirikan pada tahun 2011. Produk pertama dari PT Global Digital Niaga dan merupakan anak perusahaan Djarum yang berdiri pada tahun 2010. Visi dari Blibli.com adalah untuk menjadi ekosistem belanja pilihan bagi konsumen dan institusi.

Blibli terus berinovasi dan berusaha untuk mencapai visi tersebut. Blibli memiliki fokus dalam memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan menyenangkan untuk konsumen. Cara utama Blibli mencapai hal ini dengan menawarkan berbagai kategori produk dan fitur yang beragam dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Termasuk menawarkan opsi pengiriman cepat dan layanan pelanggan 24 jam, serta opsi pembayaran yang lengkap dan aman yang didedikasikan untuk memberikan dukungan berkualitas kepada pelanggan.

Blibli telah mampu membangun identitas merek yang kuat dan membangun basis pelanggan yang loyal. Hal ini membantu perusahaan untuk tetap kompetitif di industri *e-commerce* dan terus meningkatkan pangsa pasar di Indonesia. Blibli telah menjadi salah satu platform *e-commerce* terbesar dan terpercaya di Indonesia, dengan jaringan lebih dari 100.000 mitra bisnis yang menawarkan berbagai produk dan layanan yang berkualitas tinggi. Penawaran produk mencakup beragam kategori, mulai

dari kebutuhan dasar hingga elektronik, gadget, fashion, peralatan rumah tangga, dan produk gaya hidup.

Gambar 2.1
Logo dan Slogan Blibli.com



(Sumber : Blibli.com)

Blibli membutuhkan identitas untuk bisa dikenali oleh konsumen dan tampil berbeda dengan *e-commerce* lainnya. Blibli menggunakan logo sebagai identitas perusahaan yang memilih warna biru sebagai warna dominan yang digunakan dalam logonya.

Selain logo Blibli juga menggunakan slogan yang menjadi identitas Blibli. Blibli telah memperbarui slogannya beberapa kali untuk mencerminkan komitmennya untuk tetap mengikuti perkembangan zaman dan tetap relevan dengan target pasar, diantaranya adalah “*Anytime, Anywhere, Shopping!*” dan “*Big Choices Big Deals*”. Saat ini Blibli menggunakan slogan “*Karena Kamu No. 1*”.

Slogan yang menarik dan mudah diingat, menunjukkan pentingnya pelanggan dan dapat membantu menjalin hubungan dengan konsumen. Slogan ini sering ditampilkan baik dalam iklan televisi, iklan cetak, maupun media sosial Blibli.

Logo dan slogan Blibli.com ini merepresentasikan kesan yang lebih dinamis, modern, serta energik yang mencerminkan komitmen Blibli untuk memberikan solusi belanja online dengan mudah dan menyenangkan, dengan banyak pilihan produk menarik. Blibli berkomitmen untuk menjadikan pelanggan sebagai *smart shopper* dan memberikan banyak pilihan produk yang menarik dan berkualitas.

2.2. Iklan Blibli

Teknologi saat ini lebih dekat dengan generasi muda. Blibli harus bersikap relevan untuk mempertahankan identitas di tengah persaingan yang semakin ketat. Blibli menunjuk penyanyi Nicole Zefanya atau yang lebih dikenal sebagai NIKI menjadi bintang iklannya. NIKI merupakan penyanyi yang berhasil berkarir di dunia music internasional, di bawah naungan label 88rising.

Gambar 2.2
Niki sebagai Bintang Iklan



(Sumber : Antaranews.com)

Pemilihan Niki sebagai bintang iklan bertujuan untuk merangkul generasi milenial dan generasi Z yang paling sering menggunakan internet untuk berbelanja. Sangat penting untuk melibatkan generasi milenial dan gen Z dalam mendukung transformasi digital di industri ritel. Blibli mengutamakan kepuasan pelanggan, terlebih di era digital di mana belanja

online semakin marak. Kolaborasi NIKI dan Blibli cara terbaik untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menarik bagi konsumen.

Gambar 2.3
Cuplikan Iklan NIKI



NIKI dapat memberikan inspirasi mode yang autentik dan sesuai dengan selera anak muda, sementara Blibli dapat memperluas jangkauan produk lokal dan gaya hidup kepada konsumen di seluruh Indonesia. Kampanye Blibli Histeria 10.10 merupakan momen yang tepat untuk menyapa konsumen dan memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan.