

BAB II

PERSIAPAN KAMPANYE KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN JUMLAH *USER APLIKASI* MYSRLAND SEBAGAI *STRATEGIST, ACCOUNT EXECUTIVE, DAN PIC* *BOOTH INTERAKTIF*.

Pada bab ini akan berisi penjelasan persiapan yang dilakukan oleh Strategist yang bertugas untuk menyusun strategi program yang akan dilakukan, berkoordinasi dengan klien terkait program yang dirancang, pemilihan konsep event dalam kampanye komunikasi pemasaran aplikasi MySRLand. Selain itu, bab ini juga menjelaskan persiapan Account Executive yang bertugas untuk menentukan kebutuhan booth MySRLand, berkoordinasi terkait dekorasi, menentukan kebutuhan event, menghubungi juri, dan menyiapkan serta memastikan semua kebutuhan juri terpenuhi dalam kampanye komunikasi pemasaran aplikasi MySRLand.

2.1 Deskripsi Klien

SRLand Properties merupakan perusahaan yang berfokus pada konsep *mixed-use* (penjelasan konsep *mix used*) yaitu pengembangan apartemen, mal, layanan kuliner, dan perhotelan. SRLand Properties telah membuka berbagai properti di berbagai kota yaitu Tegal, Kediri, Madiun, dan Semarang. Khususnya di Kota Semarang, SRLand Properties mengelola Queen City Mall.

Queen City Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Kota Semarang yang dikenal dengan konsep bangunan modern. Mal ini relatif baru dibandingkan dengan pusat perbelanjaan lain di Kota Semarang. Walaupun mal ini relatif baru mereka menyediakan berbagai tenant yang belum ada di mal lainnya, dari merek lokal hingga internasional. Queen City Mall menjadi destinasi belanja yang memadukan gaya hidup modern dengan fokus pada pengalaman berbelanja, dengan tagline "*Your Lifestyle Experience*".

Mal ini memiliki *weekly event* yang dilakukan setiap akhir pekan dan juga *seasonal event* yang dilakukan untuk memeriahkan moment tahunan tertentu. Mal ini

sering mengadakan berbagai acara menarik yang rutin diselenggarakan, mulai dari konser musik, *fashion show*, pameran hewan, hingga event bertema budaya populer seperti K-pop, *cosplay*, bazar pakaian, dan bazar makanan. Event ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung sekaligus mendukung komunitas lokal dengan menyediakan platform untuk menampilkan bakat dan kreativitas mereka. Bagi perusahaan sendiri, setiap event yang diadakan bertujuan untuk meningkatkan *traffic* pengunjung mal.

Di zaman digital ini, mal membutuhkan pengganti kartu fisik yang digunakan untuk keanggotaan *Loyalty Program*. Queen City Mall membuat solusi dengan menciptakan aplikasi berbasis *mobile* untuk pelanggan setia mereka. Aplikasi dari Queen City Mall bernama MySRLand. MySRLand merupakan aplikasi *loyalty program* yang ditujukan untuk pelanggan di pusat perbelanjaan di bawah naungan SRLand Properties. Aplikasi ini berisi informasi tenant dan promo mal yang tergabung dalam SRLand Group. Aplikasi MySRLand digunakan sebagai pengganti kartu fisik anggota *infinite*, yang memberikan berbagai manfaat dan keuntungan pada para anggota.

Aplikasi MySRLand juga berperan penting bagi perusahaan sebagai alat pengumpul data pengguna aplikasi (*data collector*). Dengan kata lain, aplikasi ini memungkinkan perusahaan untuk memperoleh *database* pengguna aplikasi yang berguna sebagai alat promosi dan sebagai CRM tools (Customer Relationship Management).

Aplikasi MySRLand memiliki beberapa fitur utama, mulai dari kartu keanggotaan virtual, dimana aplikasi ini menyediakan kartu keanggotaan virtual yang dapat dengan mudah diakses melalui *smartphone*. Aplikasi ini juga memberikan manfaat yang memberikan setiap anggota kesempatan untuk menikmati keuntungan berupa penawaran khusus dan diskon. Anggota juga dapat menukarkan poin aplikasi MySRLand dengan hadiah pada *loyalty program* yang ada. Penukaran poin dapat dilakukan menggunakan fitur kamera yang telah disediakan. Fitur tersebut berguna untuk memindai foto struk belanja. Setelah dipindai, poin tersebut akan otomatis masuk ke dalam aplikasi.

Queen City Mall menjadi mal dengan tingkat *traffic* pengunjung yang cukup tinggi. Dilihat dari data *traffic* mal, terutama di akhir pekan angka pengunjung relative meningkat dari hari-hari biasa. Pada beberapa kesempatan angka pengunjung mal melonjak disebabkan oleh diadakannya event-event spesial. Dalam setiap bulannya, terhitung angka pengunjung mal mencapai ratusan ribu orang, dengan rata-rata jumlah pengunjung 10.000 orang/hari dalam 1 bulan. Tingginya angka *traffic* pengunjung Queen City Mall dapat dipandang sebagai peluang dan potensi yang besar untuk menarik pengguna baru aplikasi MySRLand. Pengenalan dan penyebaran informasi terkait dengan aplikasi memungkinkan peningkatan awareness pengunjung mal terhadap aplikasi MySRLand. Dengan begitu akan memunculkan kemungkinan untuk pengunjung menjadi pengguna aktif aplikasi MySRLand.

Namun, peluang dari tingginya angka *traffic* mal ternyata belum dapat efektif mempengaruhi tingkat awareness pengunjung mal terhadap aplikasi MySRLand. Tingkat pengetahuan pengunjung mal terhadap aplikasi masih sangat rendah dan pengguna aktif aplikasi masih cukup sedikit. Adanya permasalahan tersebut membuat tujuan awal dari pembuatan aplikasi MySRLand belum cukup memenuhi yaitu melakukan interaksi dengan pelanggan dan mengoptimalkan pengalaman berbelanja khususnya di Kota Semarang. Permasalahan dari kurangnya pengetahuan masyarakat ini didukung oleh kurangnya strategi promosi efektif dari Queen City Mall tentang aplikasi MySRLand.

Untuk mengatasi masalah ini, dibutuhkan pembuatan strategi efektif untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat bahwa aplikasi MySRLand sangat dibutuhkan karena akan memberikan banyak keuntungan. Program yang akan dibuat berupa program komunikasi pemasaran komersial dengan menggunakan taktik kampanye pemasaran daring dan luring.

2.2 Persiapan Strategist Dalam Pelaksanaan Kampanye Komunikasi Pemasaran Aplikasi MySRLand.

Strategist dalam sebuah kampanye komunikasi pemasaran memiliki peran yang penting untuk menentukan program, metode apa yang akan dipilih untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Persiapan tersebut harus dilakukan dengan baik dan matang karena klien dari kampanye komunikasi pemasaran aplikasi MySRLand adalah Queen City Mall yang memiliki jumlah konsumen tinggi di Kota Semarang dan ingin memberikan sesuatu yang baru untuk para konsumennya. Sebagai Strategist pada program ini akan menyusun strategi untuk menentukan program yang akan dilaksanakan, koordinasi dengan klien terkait program yang telah dirancang, dan pemilihan konsep event Ramadhan Fashion Runway dan Tenant Fashion Show

2.2.1 Penyusunan Strategi Untuk Menentukan Program Yang Akan Dilaksanakan

Penyusunan strategi untuk menentukan program yang dilaksanakan perlu adanya diskusi bersama dengan Data Executive dan klien. Hal tersebut diperlukan untuk mengetahui hasil analisis pasar dari Data Executive dan program apa saja yang sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh klien. Strategist memunculkan ide baru untuk membuat program yang sebelumnya belum pernah dilakukan karena permintaan klien sendiri ingin menyajikan sesuatu yang baru dan *fresh* namun tetap berpegang pada tujuan awal kampanye. Dalam penyusunan ini, strategist harus selalu berkomunikasi dengan klien untuk memastikan bahwa program yang akan dilaksanakan sesuai dengan visi dan misi dan perusahaannya.

2.2.2 Koordinasi Dengan Klien Terkait Persetujuan Program Yang Telah Dirancang

Setelah melakukan analisa bersama dengan Data Executive dan klien terkait kebutuhan pasar, Strategist menentukan program yang akan dilaksanakan untuk menunjang kampanye komunikasi pemasaran aplikasi MySRLand. Program yang akan dilaksanakan yaitu pengadaan booth interaktif khusus untuk aplikasi MySRLand. Pada

booth tersebut akan tersedia backdrop, media kreatif, dan voucher yang akan menarik perhatian konsumen. Pengadaan booth ini juga sebagai bentuk program dari direct marketing untuk menarik minat konsumen secara langsung untuk mengunduh serta menggunakan aplikasi MySRLand. Booth interaktif akan diadakan di dalam Queen City Mall. Selain pengadaan booth, akan dilaksanakan event yang berkaitan dengan tema Ramadan. Tema Ramadan diambil dengan latar belakang banyaknya masyarakat yang mengunjungi Mall untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, teman, dan sebagainya. Traffic pengunjung pada bulan Ramadan juga meningkat cukup signifikan berdasarkan data tahun-tahun sebelumnya. Untuk mengambil daya tarik konsumen, maka event akan dilaksanakan pada bulan Ramadan. Event yang akan dilaksanakan yaitu event fashion runway dan tenant fashion show. Berdasarkan hasil diskusi dengan klien dan anggota tim, klien menyetujui rancangan program ini.

2.2.3 Bertanggung jawab Atas Instagram Ads dan Paid Promote

Sebagai media promosi, tim menggunakan konten video yang akan diunggah di Instagram @queencitymall. Hal itu dilakukan agar dapat mencakup lebih banyak orang, tidak hanya dari pengunjung saja. Namun, jika hanya diunggah di Instagram tanpa menggunakan bantuan Ads ataupun Paid Promote, konten tersebut hanya akan dilihat oleh para pengikut dari akun Instagram @queencitymall. Maka, Strategist bertugas untuk menjadikan konten video tersebut masuk ke Instagram Ads dan Paid Promote. Strategist akan berdiskusi dengan Creative dan divisi social media di Queen City Mall untuk menentukan berapa budget yang diperlukan untuk mencapai target. Selain itu, Strategist juga mencari paid promote mana yang cocok untuk bisa dijadikan pilihan.

2.3 Persiapan Account Executive Dalam Pelaksanaan Kampanye Komunikasi Pemasaran Aplikasi MySRLand.

Pada persiapan kampanye ini, Account Executive bertanggung jawab pada segala kebutuhan booth interaktif dan event. Segala kebutuhan mulai dari dekorasi pelengkap booth, menghubungi juri untuk event, menyiapkan kebutuhan event, dan menjadi

narahubung serta mendampingi juri selama acara berlangsung. Account Executive dalam acara ini berkoordinasi dengan Creative dan PIC Event Ramadan untuk menentukan hal-hal yang dibutuhkan.

2.3.1 Menentukan kebutuhan booth MySRLand

Booth interaktif aplikasi MySRLand yang akan diadakan di dalam Queen City Mall memerlukan beberapa elemen pendukung untuk menambah daya tarik pengunjung Mall. Karena booth aplikasi MySRLand sebelumnya belum pernah dibuat oleh Queen City Mall, Account Executive ingin membuat sesuatu yang bisa ditinggalkan untuk dapat digunakan kembali di jangka waktu yang panjang. Proses penentuan elemen-elemen pendukung selain meja booth memerlukan referensi dari media sosial, internet, dan pengamatan secara langsung dari booth-booth interaktif yang telah ada.

Alasan utama penambahan elemen-elemen pendukung ini dikarenakan meja booth yang dimiliki oleh Queen City Mall hanya berukuran kecil dan polos, sehingga menurut Account Executive, jika hanya dengan meja tersebut, pengunjung yang datang tidak akan memahami konteks dari pengadaan booth tersebut. Setelah melakukan riset, Account Executive menyampaikan ide kepada tim untuk membuat sebuah backdrop dan roulette agar booth yang diadakan dapat menjadi booth interaktif. Backdrop akan didesain berbentuk HP dengan tampilan aplikasi MySRLand serta tulisan singkat di sampingnya agar pengunjung mengetahui bahwa booth tersebut merupakan booth milik aplikasi MySRLand. Roulette yang akan dibuat memerlukan pendukung lainnya yaitu beberapa voucher dari Queen City Mall untuk diberikan kepada pengunjung yang menjadi pengunduh baru dan menggunakan aplikasi MySRLand dengan cara menukarkan struk menjadi poin. Selain itu seluruh anggota tim akan bertugas untuk mencari pengunduh baru, mengenalkan, dan memberikan edukasi kepada pengunjung terkait aplikasi MySRLand.

2.3.2 Koordinasi desain Backdrop dan Roulette

Penentuan desain dari backdrop dan roulette dirancang oleh Account Executive. Desain dibuat dengan sederhana namun dapat dimengerti oleh orang-orang yang melihatnya. Backdrop akan dibuat dengan bentuk Handphone yang menampilkan tampilan home dari aplikasi MySRLand. Backdrop Handphone akan dibuat setinggi 2 meter dengan lebar 130 sentimeter. Lalu dikarenakan MySRLand sedang menjunjung pemberian hadiah menarik berupa travelling kepada pengguna aplikasi MySRLand di tahun ini, maka di sebelah Handphone akan ada tulisan “*Shop More, Win Your Dream Vacation With MySRLand.*” dan menampilkan barcode yang berisi aplikasi MySRLand di PlayStore maupun AppStore sebagai salah satu sarana Queen City Mall menggencarkan program promosi hadiahnya. Sama halnya dengan backdrop, desain roulette akan dibuat dengan tema modern dan simple. Tulisan-tulisan di setiap bagiannya akan berisi kategori voucher yang akan diberikan kepada pengunjung yang mau menjadi pengunduh dan pengguna baru aplikasi MySRLand. Tulisan kategori voucher tersebut diantaranya adalah Play & Fun Voucher, Leather Agenda, Dining Voucher, Lifestyle Voucher, Try Again, Choose Your Prize, dan Fan.

2.3.3 Menentukan Kebutuhan Event Ramadan Fashion Runway dan Tenant Fashion Show.

Pembuatan event Ramadan Fashion Runway dan Tenant Fashion Show merupakan hasil diskusi tim bersama dengan divisi Marketing Communication dan Event Promotion Queen City Mall. Sebagai langkah awal, Account Executive bersama dengan PIC Event mencatat apa saja yang diperlukan dalam event Ramadan Fashion Runway dan Tenant Fashion Show. Kebutuhan utama di luar peralatan panggung terdiri dari penentuan juri, pembuatan proposal ke tenant fashion, penentuan nominal hadiah, pembuatan sertifikat, dan pembuatan piala, dan pembuatan form pendaftaran. PIC event membagi tugas kepada Account Executive untuk bertanggung jawab pada tugas menentukan dan menghubungi juri untuk Ramadan Fashion Runway, mendampingi selama acara berlangsung, memastikan semua kebutuhan juri terpenuhi,

dan menghubungi vendor piala. Pemilihan tugas oleh PIC disesuaikan dengan tugas umum seorang Account Executive yaitu memastikan semua kebutuhan terpenuhi dan menjadi jembatan untuk berkomunikasi dengan pihak ketiga.

2.3.4 Menentukan dan Menghubungi Juri Ramadan Fashion Runway

Penentuan juri didasarkan pada beberapa aspek yaitu skill modeling, pengalaman, pemahaman akan dunia fashion, modeling. Pemilihan juri dilakukan oleh Account Executive dengan mencari referensi pada kompetisi fashion runway di Kota Semarang. Proses pencarian ini juga dibantu oleh seseorang yang bergerak di bidang fashion asal Semarang juga bernama Bapak Elkana. Bapak Elkana menyarankan beberapa orang yang memiliki pengalaman di bidang modeling, fashion, dan cukup sering menjadi juri lomba fashion runway.

Beberapa kandidat yang akan dipilih menjadi juri Ramadan Fashion Runway adalah Moch Ikhsan yang merupakan profesional model di bidang catwalk, foto model, iklan, katalog, serta mentor, Vyna Lee yang merupakan model senior, dan Bonita D Sempurno yang sebelumnya pernah menjadi juri Denok Kenang dan memiliki sekolah kepribadian. Bapak Elkana juga dijadikan salah satu kandidat juri karena beliau memiliki banyak pengalaman dan sering bekerja sama dengan SRLand Properties sejak masih ada Pasaraya Sri Ratu.

2.3.5 Memastikan Semua Kebutuhan Juri Terpenuhi

Pada saat hari pelaksanaan event yaitu Minggu, 23 Maret 2025, Account Executive menyiapkan ruangan untuk dijadikan ruang transit juri. Setelah penentuan ruang transit, Account Executive menghubungi juri untuk memberikan informasi mengenai tempat transit yang dapat dipakai. Setelah para juri tiba di tempat, Account Executive mempersilahkan juri untuk menunggu sampai waktu event dimulai sembari melakukan briefing bentuk panggung, cara runway untuk peserta, dan rute peserta melakukan catwalk. Account Executive juga meminta tolong kepada perwakilan satu juri untuk nantinya memberikan contoh rute runway di atas panggung. Account

Executive memberikan kertas penilaian untuk para juri, atas permintaan juri-juri yang memerlukan sebuah map, Account Executive dapat segera mencari map untuk digunakan sebagai wadah kertas penilaian.

Pada saat acara berlangsung, Account Executive mendampingi para juri dan PIC Event jika sewaktu-waktu ada sesuatu yang diperlukan segera. Hal tersebut dilakukan agar seluruh proses berjalannya event dapat berjalan dengan lancar tanpa terganggu masalah teknis.

2.4 PIC Booth Interaktif

PIC Booth Interaktif memiliki tugas untuk bertanggung jawab terhadap segala hal mengenai booth. PIC Booth Interaktif juga turut memimpin jalannya diskusi mengenai proses persiapan pengadaan booth, pembuatan elemen-elemen pendukung, serta penentuan target penambahan pengunduh dan pengguna aplikasi MySRLand.

2.4.1 Menentukan Target Penambahan Pengunduh dan Pengguna MySRLand

Proses pengadaan booth MySRLand akan disertai juga dengan target penambahan pengunduh dan pengguna MySRLand. Diskusi mengenai target angka dilakukan bersama dengan Manager Marketing Communication Queen City Mall yaitu Bu Hermy. Pada saat diskusi, PIC Booth Interaktif dan tim menyampaikan ide terkait berapa lama booth tersebut akan dipasang dan mencoba menghitung berapa orang (pengunjung) yang akan terkena paparan direct marketing. Selain penghitungan target pengunduh, dalam diskusi tersebut juga akan terdapat pembahasan mengenai waktu yang cocok untuk membuka booth interaktif.

2.4.2 Memberikan pelayanan dan edukasi kepada pengunjung terkait aplikasi MySRLand

Pengadaan booth dilakukan untuk menarik perhatian para pengunjung. Agar target yang sudah ditentukan dapat tercapai, diperlukan pelayanan dan edukasi kepada

pengunjung terkait aplikasi MySRLand. Pelayanan dan edukasi akan dilakukan oleh seluruh anggota tim dan target keseluruhan akan dibagi sesuai jumlah anggota tim agar tidak hanya PIC saja yang memiliki beban target penambahan jumlah pengunduh dan pengguna aplikasi MySRLand. Edukasi yang akan diberikan berupa penjelasan singkat tentang aplikasi MySRLand agar calon pengunduh mengetahui apa itu MySRLand, lalu terdapat penjelasan keuntungan yang akan didapatkan jika mengunduh aplikasi MySRLand. Setelah calon pengunduh memiliki ketertarikan untuk mengunduh, akan dibantu oleh tim sampai ke pembuatan akun aplikasi dan penjelasan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi MySRLand.