

ABSTRAK

Industri aplikasi berbasis hadiah merupakan sebuah industri yang baru saja dimanfaatkan oleh penyedia jasa periklanan, salah satunya adalah perusahaan PT Alternative Media Group yang memberi nama platform terbarunya AMIGO. Aplikasi ini berbeda dengan aplikasi lainnya, karena memberikan hadiah kepada penggunanya hanya dengan satu genggaman saja, yaitu melalui smartphone. AMIGO memang merupakan salah satu produk yang dikembangkan dari perusahaan yang menyediakan jasa periklanan, tetapi AMIGO memiliki kendala akan strategi komunikasi pemasaran yang sebelumnya belum pernah dilakukan, terutama untuk mengakuisisi jumlah downloader agar mendapatkan target pengguna yang diinginkan. Untuk mendapatkan sebuah strategi komunikasi pemasaran yang efektif, adanya analisis internal dan eksternal yang didapatkan, kemudian menggunakan metode TOWS Matrix Analysis untuk menghasilkan strategi komunikasi pemasaran AMIGO pada tahun 2019 – 2021. Jenis penelitian yang dilakukan adalah Applied Research, yaitu penelitian terapan yang dilakukan untuk mencari solusi pada masalah tertentu, serta menghasilkan suatu produk agar menjadi lebih baik, efektif dan efisien. Sementara pengumpulan data yang digunakan berasal dari wawancara metode expert judgement, survey dan studi dokumen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Qualitative, di mana analisis ini akan dijabarkan dalam berbentuk kalimat verbal, bukan berupa simbol angka atau bilangan. Pada penelitian ini, data yang diolah dengan menggunakan teknik statistik deskriptif. Tujuannya adalah hanya melihat gambaran besar secara umum dari hasil survey agar mengetahui hal-hal apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen ketika menerima komunikasi pemasaran dari aplikasi-aplikasi berbasis reward pada OS Android. Selanjutnya data tersebut akan menjadi data pendukung untuk melanjutkan analisis berikutnya. Pada akhirnya, berdasarkan dari analisis dan pengumpulan data yang ada dan mengingat AMIGO adalah bisnis startup, maka masyarakat akan diberikan edukasi mengenai aplikasi berbasis hadiah atau reward tersebut dengan memperhatikan pesan secara visualisasi dan dapat memberikan arahan penggunaan dengan jelas dengan konten yang menarik dengan pengeluaran biaya yang sesuai dengan anggaran yang sudah ditentukan mihak AMG pertahunnya untuk AMIGO. Komunikasi pemasaran tersebut antara lain menggunakan tools Advertising, Sponsorship Marketing, E-active Marketing, Social Media, Alternative Marketing dan Public Relations. Seluruh strategi komunikasi pemasaran yang terpilih merupakan hasil dari analisis dan melewati beberapa pilihan kriteria yang ada, sehingga keenam tools tersebut merupakan strategi yang paling tepat untuk dilakukan AMIGO dalam mengakuisisi downloader pada tahun 2019 – 2021.

Kata Kunci: Aplikasi Berbasis Hadiah, Mengakuisisi Jumlah Downloader, Strategi Komunikasi Pemasaran.