

**STRATEGI PERIKLAMAN *OFFLINE TO ONLINE* (O2O)
OLEH STICKEARN SEBAGAI LAYANAN
RETARGETING MELALUI IKLAN OOH DAN IKLAN DIGITAL**

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu Ilmu
Komunikasi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Andalas*

Oleh:

NADIA RAHMI PUTRI
NIM. 2010861006

Pembimbing:

Vitania Yulia, S.Sos., MA
Ilham Havifi, M.I.Kom



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK
STRATEGI PERIKLANAN *OFFLINE TO ONLINE* (O2O)
OLEH STICKEARN SEBAGAI LAYANAN
***RETARGETING* MELALUI IKLAN OOH DAN IKLAN DIGITAL**

Oleh:

Nadia Rahmi Putri
2010861006

Dosen Pembimbing:
Vitania Yulia, S.Sos., MA
Ilham Havifi, M.I.Kom

Layanan Periklanan *Offline to Online* (O2O) merupakan salah satu layanan dari iklan berbayar (*paid ads*) yang dimiliki oleh StickEarn untuk mengampanyekan suatu produk melalui dua platform iklan yang berbeda yaitu platform Iklan *offline* (*Out of Home Advertising*) dan platform iklan *online* (*Digital Advertising*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi periklanan menggunakan layanan O2O dalam prosesnya melakukan *retargeting* iklan yang menciptakan efek *double exposure* yang dapat mempengaruhi khalayak untuk menyadari suatu *brand* yang dimiliki perusahaan klien. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara dan observasi. Setelah data terkumpul kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan bahwa StickEarn memiliki layanan periklanan O2O sebagai layanan integrasi dua platform iklan yang berbeda. Media iklan yang di manfaatkan pada layanan ini berupa iklan OOH serta iklan digital seperti iklan Meta (Facebook dan Instagram) dengan memanfaatkan fitur MAID (*Mobile Advertising ID*) ponsel untuk dilakukannya proses *retargeting* iklan. Dalam implementasi strategi periklanannya, proses *retargeting* digunakan sebagai metode untuk memperkenalkan produk kepada audiens, sehingga meningkatkan kesadaran mereka terhadap keberadaan produk. Selanjutnya, pada pelaksanaan iklan dilakukan penayangan berulang, yang bertujuan untuk membuat pesan iklan lebih melekat di benak audiens. Pelaksanaan iklan O2O dimulai dengan penentuan *baseline metric*, eksekusi iklan OOH, mengumpulkan data MAID pelanggan, *retargeting* iklan melalui iklan digital (Meta Ads) dan pengukuran konversi iklan.

Kata Kunci: Agensi Periklanan, Iklan Digital, Iklan Luar Ruang, *Offline to Online* (O2O), *Retargeting*, Strategi Periklanan.

ABSTRACT
ADVERTISING STRATEGY OFFLINE TO ONLINE (O2O)
BY STICKEARN AS A RETARGETING SERVICE THROUGH OOH ADS
AND DIGITAL ADS

By:
Nadia Rahmi Putri
2010861006

Supervisor:
Vitania Yulia, S.Sos., MA
Ilham Havifi, M.I.Kom

The Offline to Online (O2O) Advertising Service is one of the paid advertising services provided by StickEarn to promote products through two different advertising platforms: offline advertising platforms (Out of Home Advertising) and online advertising platforms (Digital Advertising). This study aims to identify advertising strategies that utilize O2O services in the process of ad retargeting, which creates a double exposure effect to influence the audience's awareness of a client's brand. The research employs a qualitative method, utilizing both primary and secondary data sources. Data collection techniques include documentation, interviews, and observation. Once the data is collected, it is analyzed to draw conclusions. The research findings reveal that StickEarn offers an O2O advertising service as an integration of two distinct advertising platforms. The media used in this service include OOH advertisements and digital advertisements (Facebook and Instagram), leveraging the MAID (Mobile Advertising ID) feature on mobile devices for ad retargeting. In implementing its advertising strategy, the retargeting process is employed as a method to introduce products to the audience, thereby increasing their awareness of the product's existence. Furthermore, the advertising execution involves repeated exposure, which aims to make the advertising message more memorable to the audience. The O2O advertising implementation begins with determining baseline metrics, executing OOH advertisements, collecting customers' MAID data, retargeting ads through digital advertisements (Meta Ads), and measuring ad conversion rates.

Keywords: Advertising Agency, Digital Advertising, Offline to Online (O2O), Out-of-Home Advertising, Retargeting,