

ABSTRAK

Brigitta Jesslyn (625140002)

PERANCANGAN KAMPANYE TRAVELOKA UNTUK *MILLENNIALS*

Kebutuhan *travelling* semakin meningkat dan diperkirakan akan terus meningkat di kemudian hari. Namun berbanding terbalik dengan *market share* Traveloka sebagai *market leader* agen perantara *travelling*. Hal ini dikarenakan munculnya berbagai kompetitor serupa yang menjual hal sejenis dengan cara yang sejenis pula. Alhasil, pasar dari Traveloka dicuri perlahan oleh kompetitor. Maka itu diperlukan sebuah terobosan inspiratif yang dapat digunakan Traveloka untuk mempertahankan pasarnya. Dimana *millennials* sendiri merupakan pasar yang penting bagi Traveloka dikarenakan golongan ini sedang berada di puncak piramida produktivitas dan juga sangat mengedepankan pengalaman dimana merupakan hal yang bisa didapatkan dari *travelling*.

Melihat dunia yang terus berputar maju, untuk menyesuaikan dengan kebiasaan target audience, perancangan kampanye ini menggunakan basis media digital. Hal ini dilakukan untuk beradaptasi dengan kebiasaan dan media yang sering digunakan oleh audience. Konten yang digunakan dalam kampanye ini semuanya memiliki kesan “baru” sehingga dapat menarik perhatian audience yang selalu haus akan pengetahuan dan pengalaman baru. Tujuan akhir dari kampanye ini adalah untuk mempertahankan *market share* dan *image* dari Traveloka. Dimana kampanye ini akan menawarkan cara komunikasi kepada *audience* yang berbeda dari kompetitor.

Kata Kunci: *Travelling*, digital, *millennials*, pengalaman