

ABSTRAK

Brand Identity merupakan citra yang ingin ditampilkan oleh sebuah merek. Iklan merupakan salah satu media penyampaian *brand identity*, yang terdapat empat elemen di dalamnya yaitu nama merek, logo, slogan, dan kisah merek. Maksud dari penyampaian *brand identity* adalah membentuk pikiran dan mempertahankan kesadaran *audience* terhadap kesan suatu merek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui isi *brand identity* dan isi pesan dari iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu dalam Youtube tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan 10 unit analisis dan kategorisasi. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsep Digital *Branding* dan Teori Agenda Setting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi *brand identity* yang ditampilkan adalah *brand e-commerce* yang muda dan optimis. Kecenderungan isi pesan iklan Tokopedia berisi mengenai motivasi cita-cita atau resolusi *audience* yang dapat diwujudkan bersama Tokopedia, hal ini mengangkat isu realitas sosial yang terjadi di Indonesia. Diketahui pula tujuan dari pesan iklan yang terdapat dalam iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu adalah mengingatkan agar *audience* lebih fokus dalam menjalankan cita-cita/resolusinya. Tokopedia mempercayai bahwa cita-cita atau impian yang besar tidak akan pernah terwujud tanpa ada langkah kecil dari Tokopedia dan motivasi *audience* yang mendampingi untuk memulainya.

Kata Kunci: *Brand Identity*, Iklan, Analisis Isi, *E-Commerce*

ABSTRACT

Brand identity is an image that represent a brand. Advertising is one of the media to deliver brand identity, which has four elements brand name, logo, slogan, and brand story. The purpose of representing brand identity are to establish audience's perception and maintain audience's awareness of the impression of a brand. The purpose of this study was to determine the content of brand identity and the content of message Tokopedia #MulaiAjaDulu advertisement on Youtube in 2018. This study uses a quantitative content analysis method with 10 units of analysis and categorization. Theory and concept used in this study are Digital Branding Concept and Agenda Setting Theory. The results of the study showed that the contents of brand identity were young and optimistic e-commerce brand. The tendency of Tokopedia's advertising content message is about audience's resolution or goal motivation that can be realized with Tokopedia. This raises the issue of social reality that occurs in Indonesia. It is also known the purpose of the advertising message contained in the Tokopedia #MulaiAjaDulu advertisement is to remind the audience to focus more on carrying out their goal or resolutions. Tokopedia believes that big dreams will never be achieved without a small step from Tokopedia and audience's motivation who accompanies to get started.

Keywords: Brand Identity, Advertisement, Content Analysis