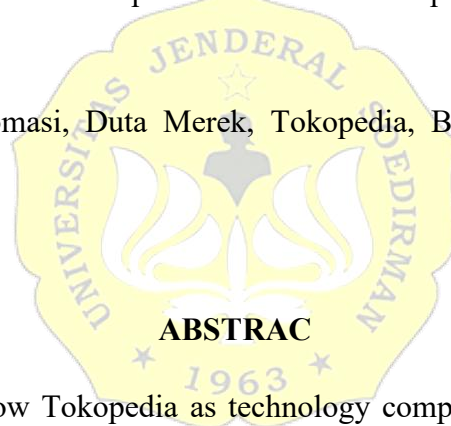


## ABSTRAK

Penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana Tokopedia sebagai perusahaan teknologi asal Indonesia, melakukan praktik bisnis yang berkaitan dengan *social entrepreneurship*. Praktik bisnis yang dilakukan oleh Tokopedia berupaya mempermudah perdagangan dalam negeri melalui pengembangan produk dan jasa yang dikembangkan oleh perusahaan untuk mewujudkan visi perusahaan yang berkaitan dengan pemerataan ekonomi digital di Indonesia. Demi mengkomunikasikan tujuan, produk, dan jasa perusahaan maka Tokopedia menunjuk Bangtan Boys (BTS) sebagai *Brand Ambassador* untuk membangun *branding* di hadapan publik. Tokopedia menggunakan *corporate diplomacy* untuk berkomunikasi dan bekerja sama dengan aktor-aktor terkait dalam mewujudkan visi perusahaan. Dengan berbagai upaya yang dilakukan oleh Tokopedia untuk mewujudkan visi perusahaan maka Tokopedia telah memberikan berbagai implikasi bagi Indonesia.

**Kata kunci:** Korporat Diplomasi, Duta Merek, Tokopedia, Bisnis Sosial, Ekonomi Digital, Indonesia.



This study explains how Tokopedia as technology company from Indonesia carries out business practices related to social entrepreneurship. The business practices carried out by Tokopedia seek to facilitate domestic trade through the development of products and services developed by the company to realize the company's vision related to the equitable distribution of the digital economy in Indonesia. To communicate the company's vision, products, and services, Tokopedia appointed Bangtan Boys (BTS) as Brand ambassadors to build branding in public. Tokopedia uses corporate diplomacy to communicate and collaborate with relevant actors in realizing the company vision. With the various efforts made by Tokopedia to realize the company's vision, Tokopedia has given implications for Indonesia.

**Key Words:** Corporate Diplomacy, Brand Ambassador, Tokopedia, Social Entrepreneurship, Digital Economics, Indonesia.