

ABSTRAKSI

Era disrupti membuat banyak perubahan bagi masyarakat modern dalam berbagai aspek kehidupannya. Disrupti juga didukung dengan hadirnya perkembangan dan inovasi teknologi yang memproses informasi dengan cepat. Proses komunikasi juga mengalami banyak perubahan dan tidak lagi bersifat searah dan terbatas. Hal ini juga berlaku pada komunikasi pemasaran yang harus menyesuaikan perilaku masyarakat modern saat ini. Milenial sebagai persentase pengguna internet paling besar menjadi pasar potensial bagi pemasar atau penyedia konten untuk menjangkau mereka dengan pendekatan yang jauh berbeda dari generasi sebelumnya. Selain itu, perilaku pengguna internet juga mengalami disrupti dengan adanya perubahan algoritma media sosial dan kecenderungan mereka menghindari iklan-iklan tertentu di internet. *Social news site* hadir sebagai sebuah solusi untuk menjangkau pengguna internet yang sudah terdisrupti tadi dan mencoba menghadirkan konten yang lebih komunikatif dan menarik bagi audiensnya. Brilio menjadi objek dalam penelitian ini sebagai *social news site* yang memiliki perkembangan cukup pesat dan konsisten di Indonesia. Melalui penelitian ini, peneliti juga menemukan strategi komunikasi pemasaran Brilio baik secara daring maupun luring. Penelitian ini juga akan menjelaskan tentang *new wave marketing communication*, *marketing communication mix*, dan *Integrated Marketing Communications* (IMC) sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang dinamis. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa Brilio lebih dominan dalam menggunakan strategi komunikasi pemasaran daring dan belum maksimal menggunakan strategi luring berupa kegiatan komunitas untuk mendekati diri dengan audiens maupun kontributornya. Komunitas bisa dijadikan sebagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk menciptakan *word of mouth* dan *viral marketing communication*.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Social News Site*, *New Wave Marketing*,
Website, *Marketing Communication Mix*, *Integrated Marketing Communications*,
Studi Kasus.

ABSTRACT

The era of disruption has made many changes of modern society in various aspects of their lives. Disruption is also supported by the presence of developments and technological innovations that delivers information quickly. The communication process also undergoes many changes and is no longer in the same direction and limited. This also applies to marketing communications which must adapt the behavior of modern society nowadays. Millennial as the biggest percentage of internet users becomes a potential market for marketers or content providers to target them with a completely different approach apart from the previous generation. In addition, the behavior of internet users has also been disrupted by changes in social media algorithms and their tendency to avoid certain advertisements on the internet. Social news site comes as a solution to target internet users who have been disrupted earlier and try to present content that is more communicative and interesting to their audience. Brilio became the object of this research as a social news site that has a fairly rapid and consistent development in Indonesia. Through this research, researchers also discovered Brilio's marketing communication strategies both online and offline. This research will also explain the new wave marketing communication, marketing communication mix, and Integrated Marketing Communications (IMC) as part of a dynamic marketing communication strategy. This research was conducted using a qualitative approach with a case study method. The results of this study indicate that Brilio is more dominant in using online marketing communication strategies and has not yet used an offline strategy in the form of community activities to get closer to the audience and contributors. Communities can be used as an effective marketing communication strategy for creating word of mouth and viral marketing communication.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Social News Site, New Wave Marketing, Website, Marketing Communication Mix, Integrated Marketing Communications, Case Study.