

## ABSTRAKSI

Era globalisasi mendorong berbagai bisnis untuk memanfaatkan internet sebagai dasar aktivitas perusahaan sekaligus media interaksi dengan konsumen. Perusahaan memanfaatkan berbagai ekspansi media *online* dalam komunikasi pemasaran terpadu untuk menyampaikan pesan pada audiens. Media *online* memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan media konvensional, oleh karena itu perusahaan perlu melakukan manajemen komunikasi pemasaran di media *online*.

Persaingan di dunia bisnis berbasis internet terus meningkat. GO-JEK sebagai layanan transportasi *online* melakukan manajemen komunikasi pemasaran di media *online* untuk menyesuaikan dengan media yang diakses oleh konsumennya. Media *online* yang digunakan GO-JEK sebagai media komunikasi pemasaran yakni *website*, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan aplikasi. Manajemen komunikasi pemasaran dilakukan di media *online* dengan melalui empat tahapan yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana GO-JEK melakukan setiap tahapan dalam manajemen komunikasi pemasaran di media *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa GO-JEK melakukan setiap tahapan dari manajemen komunikasi pemasaran yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan di media *online* yang dimiliki dengan terstruktur. *Viral marketing* dan desain visual menjadi kekuatan dari media *online* yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan komunikasi pemasaran.

Kata kunci: manajemen komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran terpadu, media *online*, *viral marketing*, GO-JEK

## **ABSTRACT**

The era of globalization encourages various businesses to use internet in company activities and also as a medium of interaction with consumers. Companies utilize online media expansion in integrated marketing communication to deliver message to the audience. Online media offers some different characteristics compared to the conventional media, thus, companies need to do marketing communication management on online media.

The competition in internet-based industry is currently increasing. GO-JEK as an online transportation service also working on marketing communication management on online media to suit the consumer's media behavior. Online medias that GO-JEK used as marketing communication medias are website, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, and mobile app. Marketing communication management on online media has four steps, it's planning, organizing, actuating, and controlling. This research was expected to find out how GO-JEK does every step in marketing communication management on online media.

This research conducted with qualitative approach using a case study method. Furthermore, this research found that GO-JEK does every step of marketing communication management in a clear structure for their online media, start from planning, organizing, actuating, and controlling. Viral marketing and visual design become the power of online media that used to achieve company's goals.

**Keywords:** marketing communication management, integrated marketing communications, online media, viral marketing, GO-JEK