

Analisis digital marketing dalam strategi integrated marketing communication kampanye politik (studi kasus komunitas Teman Ahok) = Analysis of digital marketing on political campaign's integrated marketing communication (case study of Teman Ahok)

Rachael Abigail Saveria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434541&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan jaman menuntut semua masyarakat untuk terus berinovasi. Salah satunya adalah dalam bidang komunikasi pemasaran dimana banyak perusahaan maupun organisasi yang semakin melihat pentingnya suatu strategi promosi yang terintegrasi. Nyatanya, tidak hanya organisasi bisnis yang menerapkan strategi IMC dalam mempromosikan barang atau jasa mereka. Organisasi masyarakat maupun komunitas sosial juga semakin banyak yang menyadari pentingnya memiliki suatu strategi promosi yang berkesinambungan. Salah satu komunitas yang menggunakannya adalah komunitas Teman Ahok, yang merupakan suatu komunitas independen yang bertujuan mengumpulkan 1 juta KTP warga DKI Jakarta dalam rangka mendukung majunya Ahok sebagai Calon Gubernur Independen dalam Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta pada tahun 2017. Pada strategi IMC yang digunakan di masa kini, penekanan pada digital marketing semakin marak dilakukan karena jangkauannya yang lebih luas, tersegmentasi, serta biaya yang cenderung lebih murah. Hal inipun disadari dan dimanfaatkan oleh komunitas Teman Ahok. Diharapkan studi kasus ini dapat memaparkan secara lebih mendalam tentang efektifitas dan manfaat penggunaan digital marketing dalam suatu kampanye politik, khususnya di Indonesia.

The swift towards digital era encourage people to keep innovating. Thus, many companies and organizations are increasingly seeing the importance of an integrated marketing campaign in order to adapt with the changing realm. In fact, not only the business organizations that implement IMC strategy in promoting their goods or services. NGOs, and other social communities are also realizing the importance of having an integrated promotion strategies. One of it is Teman Ahok, a social independent community which aims to collect one million Jakarta ID card in order to support the Ahok as an Independent governor candidate in the local elections of Jakarta in 2017. In IMC strategy used at the present time, an emphasis on digital marketing increasingly prevalent because its scope are broader and segmented as well as the costs is tend to be cheaper. This strategy is also utilized by Teman Ahok. Therefore, this case studies aimed to explained in-depth analysis on the effectiveness and benefits of the use of digital marketing in a political campaign, especially in Indonesia.