

Strategi komunikasi pemasaran digital Go-Tix oleh PT.  
Aplikasi Karya Anak Bangsa Yuk Intip GO-TIX periode Januari - Juni  
2017 = Digital marketing communication strategy of GO-TIX by PT.  
Aplikasi Karya Anak Bangsa Yuk Intip periode of January to June  
2017

Abrar Khairi Ikhirma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447190&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Seiring perkembangan teknologi yang ada kini hampir segala aspek kehidupan di masyarakat telah dipengaruhi oleh teknologi. Salah satunya, muncul aplikasi GO-JEK yang membantu kehidupan kita sehari-hari. GO-TIX adalah sebuah layanan penyedia tiket dan direktori acara secara online yang dimiliki oleh GO-JEK. Layanan ini mulai tersedia sejak Desember 2015 di dalam aplikasi GO-JEK. Sebagai layanan yang berbasis online GO-TIX merupakan salah satu pelopor konsep penjualan tiket dan direktori acara berbasis aplikasi. Namun, keadaannya saat ini setelah satu tahun berjalan GO-TIX masih belum terasa kehadirannya terutama di ranah digital. Ditambah lagi, dilihat dari akun media sosialnya GO-TIX masih belum memiliki engagement dengan para pengguna dan pengikutnya. Dengan tujuan untuk memperkuat keberadaan GO-TIX di ranah digital serta untuk meningkatkan brand engagement GO-TIX dengan pengguna dan pengikutnya, GO-TIX menghadirkan kampanye YukIntipGO-TIX sebagai salah satu cara menunjukkan keberadaannya di ranah digital. Berbagai macam informasi mengenai event serta layanan lainnya tersedia bagi khalayaknya dalam memenuhi kebutuhan hiburan sehari-hari. Biaya untuk enam bulan kampanye dan produksi konten YukIntipGO-TIX adalah Rp 675.674.538 dan akan diadakan juga evaluasi di akhir kampanye serta monitoring selama kampanye berlangsung.

<hr>

**ABSTRACT**

Along with the development of technology, now almost all aspects of life in society has been influenced by technology. One of them, GO JEK appears to help our daily lives in every aspects ranging from transportation, food, health, automotive, and entertainment. GO TIX it self s a service provider of ticketing and online event directory owned by GO JEK. The service has been available since December 2015 on GO JEK app. As a online service based, GO TIX is one of the pioneers of the concept of ticket sales and event directory based applications. However, the current situation after a year of GO TIX yet to be felt its presence, especially in the digital realm. Plus, judging from their social media accounts, GO TIX still has no engagement with their users and followers. With the aim to strengthen the presence of GO TIX in the digital realm as well as to increase brand engagement of GO TIX with users and followers, GO TIX presenting YukIntipGO TIX campaign. A wide variety of information about the event as well as other services available for the audience to meet the needs of users daily entertainment. This six months campaign costs Rp 675.674.538 for the execution and production and in the end of cmapign there will be held campaign evaluation and campaign monitoring during the campaign.