

Analisis penerapan strategi marketing public relations dalam kampanye cerdikiawan Gojek = Analysis the implementation of marketing public relations strategies in Gojek`s cerdikiawan campaign

Firsta Vina Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511334&lokasi=lokal>

Abstrak

Gojek merupakan perusahaan berbasis teknologi yang hadir sebagai penyedia layanan transportasi bagi penggunanya. Selama 10 tahun, Gojek terus berinovasi dan berevolusi dengan mengembangkan aplikasinya hingga menjadi super app. Dalam memasarkan dan membentuk image Gojek sebagai super app, berbagai upaya dilakukan termasuk menerapkan strategi marketing public relations (MPR) pada kampanye Cerdikiawan. Makalah ini bertujuan untuk mengulas strategi dan tools marketing public relations yang digunakan dalam Kampanye Cerdikiawan. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi MPR push, pull, dan pass diterapkan pada kampanye ini. Strategi push meliputi pemberian refferal code. Pada strategi pull kegiatan yang dilakukan meliputi perilisan video kreatif, penyelenggaraan Cerdikiawards dan Liga Cerdikiawan. Serta strategi pass dilakukan melalui kolaborasi dengan pihak eksternal seperti Pocari Sweat Run, PT Astra International, dan Rich Brian.

.....