

Analisis strategi marketing public relations dalam mempertahankan brand community engagement pada perusahaan jasa pengiriman berbasis teknologi di Indonesia (studi terhadap komunitas online PT Jet Global Express di media sosial instagram) = Analysis of marketing public relations strategies in maintaining brand community engagement in technology-based delivery service companies in Indonesia (study of PT Jet Global Express online community on social media)

Destania Putri Alwindy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511336&lokasi=lokal>

Abstrak

PT Jet Global Express mengeluarkan produk baru yang digital inovatif yaitu komunitas online dengan sebutan J&T Friends Community yang dapat mempermudah online seller mendapatkan informasi lebih mengenai penjualan online di berbagai e-commerce serta hal lainnya yang berhubungan dengan jasa pengiriman berbasis teknologi. Komunitas online ini memberikan berbagai informasi yang edukatif serta bermanfaat, di mana merupakan hal baru dan unik yang sangat memudahkan khalayaknya dalam berbagai informasi satu sama lain dengan feedback yang diberikan oleh pihak perusahaan maupun anggota lainnya. Sebagai satu-satunya komunitas online perusahaan jasa pengiriman berbasis teknologi, PT Jet Global Express dalam mempertahankan eksistensi komunitas online nya kerap melakukan berbagai strategi dan tools dari Marketing Public Relations (MPR). Makalah ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan tools MPR apa saja yang digunakan J&T Friends Community dan mengulas lebih dalam masing-masing strategi dan tools MPR tersebut serta dikaitkan dengan brand community engagement nya. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari tiga strategi MPR Push, Pull dan Pass, hanya strategi MPR Pull yang mendominasi pada implementasinya. Pada strategi Pull, kegiatan yang dilakukan adalah publikasi organisasi dan digital yaitu media sosial instagram. Ditemukan bahwa J&T Friends Community berhasil meraih engagement yang baik dalam mempertahankan brand community nya. Berbagai strategi dan tools tersebut cukup efektif dalam memasarkan J&T Friends Community dan sesuai dengan identitas khalayaknya.

.....PT Jet Global Express issued a new, innovative digital product, namely an online community called the J&T Friends Community which can make it easier for online sellers to get more information about online sales on various e-commerce and other matters related to technology-based shipping services. This online community provides a variety of educational and useful information, which is new and unique, which makes it very easy for audiences to share information with each other with feedback provided by the company and other members. As the only online community of technology-based shipping service companies, PT Jet Global Express in maintaining the existence of its online community often carries out various strategies and tools from Marketing Public Relations (MPR). This paper aims to find out what MPR strategies and tools are used by J&T Friends Community and to have a deeper review of each of the MPR strategies and tools and to relate them to its brand community engagement. The results of the analysis show that of the three MPR Push, Pull and Pass strategies, only the MPR Pull strategy dominates its implementation. In the Pull strategy, the activities carried out are organizational and digital publications, namely Instagram social media. It was found that J&T Friends Community managed to achieve good engagement in maintaining its brand community. These various strategies and tools are quite effective in marketing J&T Friends

Community and in accordance with the identity of the audience.