

STRATEGI *PULL AND PASS* DIVISI KOMUNIKASI DAN MARKETING JAKARTA *SMART CITY* PADA APLIKASI JAKARTA KINI (JAKI)

Abstrak

Kemajuan teknologi kini tidak dapat lepas dari kehidupan manusia karena dampaknya yang memberikan kemudahan dalam beraktivitas seperti mudahnya memperoleh informasi dari suatu media. Pemanfaatan media ini tidak hanya dimanfaatkan oleh perorangan saja, namun juga oleh institusi seperti Jakarta Smart City. Jakarta Smart City hadir dengan aplikasinya yang bernama JAKI (Jakarta Kini) dengan berbagai fitur di dalamnya yang hadir dengan tujuan untuk mempermudah kehidupan masyarakat yang tinggal ataupun beraktivitas di Jakarta. Sebagai aplikasi yang tengah diperkenalkan ke masyarakat, Jakarta Smart City terlebih pada divisi komunikasi dan *marketing* ini menerapkan dua strategi *marketing public relations* yaitu *pull and pass strategy*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi *marketing public relations* yang dijalankan oleh divisi komunikasi dan *marketing* terlebih dalam menjalankan strategi *pull and pass* pada aplikasi JAKI. Penelitian menggunakan teori *The Whalen 7 Steps Strategic* dan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *pull and pass* yang diterapkan diantaranya adalah pembentukkan konten di sosial media, *press release*, keterlibatan pemuka masyarakat, *email blast*, *event online*, hingga pameran. Selain itu, ditemukan adanya hambatan dari kegiatan yang dilakukan akibat keberadaan pandemi seperti sulitnya berkoordinasi dengan tim divisi, koordinasi lintas pemerintahan, serta sulit untuk memperoleh izin untuk memproduksi konten di lapangan.

Kata kunci: Aplikasi JAKI, Jakarta Smart City, Marketing Public Relations, Strategi Pull and Pass

***PULL AND PASS STRATEGY OF THE COMMUNICATION AND
MARKETING DIVISION IN JAKARTA SMART CITY ON
JAKARTA KINI APPLICATION***

Farahdinta Destanti

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Email: fdestanti@gmail.com

Abstract

The advancement of technology now cannot be separated from human life because of its impact that makes easier for activities such as easy access to information from a media. The use of this media is not only used by individuals, but also by institutions such as Jakarta Smart City. Jakarta Smart City comes with an application called JAKI (Jakarta Kini) with various features inside which are present with the aim of facilitating the lives of people who live or have activities in Jakarta. As an application that is being introduced to the public, Jakarta Smart City, especially in the communication and marketing division whom implements two marketing public relations concepts, there are pull strategy and pass strategy. The purpose of this study is to analyze the marketing public relations strategy which carried out by the communication and marketing division by implementing the pull and pass strategy for the JAKI application. This research uses The Whalen 7 Steps Strategic as the theory and used qualitative approach with a case study method. The data collection technique is done through interviews and documentation. The results show that the pull and pass strategies that implemented into JAKI are the creation of contents on social media, press releases, involvement of community leaders, email blasts, online events, and exhibitions. There were obstacles from activities carried out due to the existence of the pandemic, such as the difficulty of coordinating with the division team, intergovernment and obtaining permission to produce content in the field.

Keywords: Jakarta Smart City, JAKI Application, Marketing Public Relations, Pull and Pass Strategy