

ANALISIS MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* (*PAID*, *OWNED* DAN *EARNED MEDIA*) PADA PT. RAJAWALI INDONESIA COMMUNICATION

Muhammad Ari Fauzan

Abstrak

Media komunikasi pemasaran *online* merupakan salah satu bentuk media komunikasi pemasaran yang sangat erat hubungannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya. Ada tiga media komunikasi pemasaran *online* yang biasa digunakan dalam kegiatan komunikasi pemasaran, yaitu *paid media*, *owned media*, dan *earned media*. Komunikasi pemasaran pada saat ini tidak hanya melalui media cetak, akan tetapi menggunakan teknologi yang lebih canggih dan mencakup banyak lapisan masyarakat. Media *online* merupakan media yang memudahkan perusahaan dalam memperoleh calon konsumen yang potensial karena cakupannya yang luas. Media *online* merupakan layanan komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT. Rajawali Indonesia Communication, salah satu media yang digunakan adalah sosial media, *website*, dan *blog*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan bagaimana media komunikasi pemasaran *online* yang digunakan oleh perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dimana peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan dalam PT. Rajawali Indonesia Communication. Dari metode tersebut diketahui bahwa pemanfaatan media komunikasi pemasaran *online* yang digunakan pada perusahaan pada saat *event* Prambanan Jazz Festival telah dikatakan layak, ini dilihat dari penggunaan media komunikasi pemasaran *online* yang telah meningkatkan penjualan pada perusahaan, dari tahun pertama di 2015 tercatat penjualan hanya mencapai angka 3.660 pengunjung hingga pada 2019 pengunjung tercatat mencapai angka 34.306 pengunjung.

Kata Kunci: *Paid Media, Owned Media, Earned Media, Media Komunikasi Pemasaran Online.*

**AN ANALYSIS OF ONLINE MARKETING COMMUNICATION MEDIA
(PAID, OWNED, EARNED MEDIA) IN PT. RAJAWALI INDONESIA
COMMUNICATION**

Muhammad Ari Fauzan

Abstract

Online marketing communication media is one form of marketing communication media that is very closely related to the success of a company in achieving its marketing objectives. There are three online marketing communication media commonly used in marketing communication activities, namely paid media, owned media and earned media. Marketing communication at this time is not only through printed media, but uses more sophisticated technology and covers many walks of life. Online media is media that makes it easy for companies to get potential customers because of its broad scope. Media online is a communication marketing service used by PT. Rajawali Indonesia Communication. One of the media used was social media, websites, and blogs. The purpose of this research was to find out and explain how online marketing communication media were used by companies. This type of research was a qualitative descriptive method where researchers conduct observations and interviews with the parties concerned in PT. Rajawali Indonesia Communication. From this method it was known that the utilization of online marketing communication media used at the company at the Prambanan Jazz Festival event was said to be feasible. This was seen from the use of online marketing communication media which had increased sales at the company. From the first year in 2015 sales recorded only reached 3,660 visitors to 2019 visitors were recorded at 34,306 visitors.

Keywords: *Paid Media, Owned Media, Earned Media, Online Marketing Communication Media.*