

## **PENERAPAN PEMASARAN INTERAKTIF PADA PT. BOROBUDUR OTO MOBIL SEMARANG**

**Eko Nur Cahyono**

### **Abstrak**

Kepemilikan mobil di Indonesia memang belum besar jika dibandingkan dengan negara lainnya. Tercatat saat ini sudah ada lebih dari 30 merek produsen kendaraan bermotor roda empat atau lebih yang menjajal peruntungannya. PT. Borobudur Oto Mobil Semarang adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang otomotif dengan menjual produk Mitsubishi. Penelitian menggunakan metode pendekatan analisis deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara tidak terstruktur dan observasi terstruktur. Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa pemasaran interaktif yang dilakukan oleh PT Borobudur Oto Mobil Semarang sudah sangat tepat untuk menarik minat konsumen. Fitur percakapan dua arah pada media social terbukti memudahkan calon konsumen terhubung dengan pihak marketing perusahaan. Beberapa penerapan pemasaran *online* melalui media sosial dianggap mempunyai respon yang sangat baik bagi perusahaan.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran, Online, Interaktif*

**IMPLEMENTATION OF INTERACTIVE MARKETING ON  
PT. BOROBUDUR OTO CAR SEMARANG**

***Eko Nur Cahyono***

***Abstract***

*Car ownership in Indonesia is not large when compared to other countries. Currently, there are more than 30 brands of four-wheeled motor vehicle manufacturers or more who are trying their luck. PT. Borobudur Oto Mobil Semarang is a manufacturing company engaged in the automotive sector by selling Mitsubishi products. The study used a qualitative descriptive analysis approach with data collection techniques in the form of unstructured interviews and structured observations. Based on the data analysis, it is concluded that the interactive marketing carried out by PT Borobudur Oto Mobil Semarang. It is very appropriate to attract consumer interest. The two-way conversation feature on social media has proven to make it easier for potential customers to connect with the company's marketing. Several online marketing applications through social media are considered to have very good responses for companies.*

***Keywords:*** *Marketing Strategy, Online, Interactive*