

# Perencanaan program pemasaran sosial go jek peduli lingkungan oleh PT Go Jek Indonesia = Social marketing plan go jek peduli lingkungan by PT Go Jek Indonesia

Astari Ariani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20421582&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Analisis Situasi  
1. PT Go-Jek Indonesia belum pernah melakukan program yang berkaitan dengan social responsibility  
2. Di sisi lain, Indonesia saat ini sedang dilanda bencana kabut asap yang melanda Riau  
3. Diperlukan program yang berkaitan dengan social responsibility yaitu pemasaran sosial untuk membantu permasalahan yang sedang ada di Indonesia

Tujuan  
Menaikkan citra perusahaan melalui kegiatan pemasaran sosial sekaligus menjadikan GO-JEK sebagai transportasi ramah lingkungan melalui kegiatan uji emisi

Sasaran  
1. Seluruh armada GO-JEK lulus uji emisi  
2. Terciptanya rasa peduli masyarakat Indonesia terhadap bencana di Indonesia, dalam kasus ini adalah korban asap Riau  
3. Terbantunya pelajar di Riau akan kebutuhan pendidikan akibat dampak dari bencana asap Riau  
4. Menjaga loyalitas pelanggan GO-JEK  
5. Membangun citra positif PT Go-Jek Indonesia sebagai perusahaan jasa transportasi alternatif yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan.

Strategi  
Pemasaran sosial dalam bentuk Uji Emisi Armada GO-JEK dan kampanye GO-JEK Peduli Asap Riau

Khalayak Sasaran  
Masyarakat pengguna GO-RIDE yang berlokasi di daerah Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi (Jabodetabek), driver GO-JEK untuk program uji emisi, dan pelajar Riau.

Pesan Kunci  
GO-JEK adalah transportasi alternatif yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan  
Program  
1. Kegiatan pengurangan polusi udara melalui Uji Emisi Armada GO-JEK  
2. Kegiatan pemasaran sosial kampanye GO-JEK Peduli Asap Riau

Jadwal  
Januari 2016

Anggaran  
Total anggaran yang dibutuhkan untuk penyelenggaraan rangkaian kegiatan adalah Rp 140.120.000,-

Evaluasi  
Metode evaluasi yang digunakan adalah metode input, output, dan outcome  
Input: evaluasi terhadap segala proses yang berlangsung dalam pelaksanaan kegiatan  
Output: evaluasi terhadap sesuatu yang nyata sebagai hasil dari kegiatan  
Outcome: pengukuran dampak dan evaluasi hasil pelaksanaan kegiatan.

.....

Situation Analysis  
1. PT Go-Jek Indonesia has never had a program related to social responsibility  
2. On the other hand, Indonesia is currently facing a natural disaster, catastrophe smog, in Riau State  
3. A social responsibility program is needed, hence a social marketing plan is suited to face the current problem in Indonesia.

Purpose  
Improving corporate image through social marketing along with introducing GO-JEK as an eco-friendly transportation that will be proved through the emission test.

Goal  
1. The whole GO-JEK motorcycles has passed the emission test  
2. Raise the awareness and the interest of Indonesian society toward the catastrophe smog  
3. Helping Riau students of educational

needs as a result of catastrophe smog's effect<br>4. Keeping customer loyalty toward GO-JEK<br>5.

Develop a positive image of PT Go-Jek Indonesia as an alternative transportation service that cares about environmental issue

Strategy<br>Help the catastrophe smog's victims in Riau through a social marketing program: "Uji Emisi Armada GO-JEK" activity and "GO-JEK Peduli Asap Riau" campaign.

Target Audience<br>1. GO-RIDE user society located in Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi (Jabodetabek)<br>2. GO-JEK Drivers for the emission test<br>3. Riau students

Key Message<br>GO-JEK is an alternative transportation that has an interest in social and environmental matters Program<br>1. Air-pollution reduction activity through "Uji Emisi Armada GO-JEK"<br>2. Social marketing campaign activity "GO-JEK Peduli Asap Riau"

Schedule<br>January 2016

Budget<br>The total budget that is expected to conduct the whole activity is Rp 140.120.000,-

Evaluation<br>Evaluation method that will be used is input, output, and outcome method Input: evaluation toward the whole process during the activity Output: evaluation toward the real result of the activity

Outcome: the measurement of the impact and the result evaluation of the program