

Abstract

The Covid-19 pandemic is a dangerous type of virus that attacks the respiratory system. Following up on the Covid-19 pandemic which first occurred in Wuhan, China since the end of 2019. Then it first entered Indonesia in March 2020. All sectors and mobility of life in Indonesia, especially in Jakarta, experienced bad obstacles. This situation was caused by the Lockdown system carried out by the government of the Republic of Indonesia, especially in Jakarta. So that with the Lockdown system all political, economic, social and cultural systems are closed, because all interactions and communication must be done at home.

stated that the Covid-19 pandemic in the sports sector, especially in schools or Taekwondo training centers, which the researchers called Dojang, played a role in the current situation so that the Dojang could be productive and survive to continue during the pandemic. Focusing on one of several Taekwondo dojangs in Jakarta, the researcher takes the form of a case study that will elaborate a more detailed explanation on the use of media in marketing communications at the CR Taekwondo academy Jakarta dojang about virtual class programs during the Covid-19 pandemic.

This Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta has a distance teaching program, which we usually call a daring program, namely the CR Taekwondo Academy Jakarta Taekwondo virtual class. Then it will explain how the marketing communication system will be used so that what benefits are provided through the use of digital media in the digital marketing communication system at Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.

Dojang CR Taekwondo Academy is a Taekwondo martial arts training center in Jakarta. Where the purpose of this research is to provide an innovation in the virtual Taekwondo class program at Dojang CR Taekwondo academy. The concept of this research is the use of media in a marketing communication that focuses on the promotion mix or promotion mix which includes "Advertising, Public Relations, Direct Marketing, and so on". Continuing after the concept, there is a marketing communication process based on digital media and social media in its implementation. Therefore, this study has a qualitative research method using a case study paradigm that tells the Covid-19 phenomenon in the Taekwondo virtual sports program at Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Promotional Mix, Digital marketing communication strategy, social media, Social construction on technology.

Abstrak

Pandemi Covid-19 merupakan jenis virus yang berbahaya yang menyerang sistem pernafasan. Menindak lanjuti pada pandemi Covid-19 yang pertama kali terjadi di Wuhan China sejak akhir tahun 2019. Kemudian pertama kali masuk di Indonesia pada bulan Maret 2020. Semua sektor dan mobilitas kehidupan di Indonesia khususnya di Jakarta mengalami kendala yang buruk. Keadaan buruk tersebut diakibatkan dengan adanya sistem Lockdown yang dilakukan oleh pemerintah Republik Indonesia khususnya di Jakarta. Sehingga dengan sistem Lockdown semua sistem politik, ekonomi sosial dan budaya termasuk pariwisata di tutup, dikarenakan semua interaksi dan komunikasi harus dilakukan di Rumah saja.

Menjelaskan mengenai pandemi Covid-19 pada bidang olahraga khususnya pada sekolah atau training center pelatihan Taekwondo yang peneliti sebut Dojang ini, memberikan peran andil dalam situasi saat ini agar Dojang tersebut bisa produktif dan bisa bertahan untuk terus berjalan dimasa pandemi. Memfokuskan pada salah satu dari beberapa dojang Taekwondo di Jakarta, maka peneliti mengambil bentuk studi kasus yang akan mengelaborasi penjelasan lebih rinci pada sebuah pemanfaatan media pada komunikasi pemasaran di dojang CR Taekwondo academy Jakarta tentang program kelas virtual di masa pandemi Covid-19.

Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta ini yang memiliki program pengajaran sistem jarak jauh, yang biasa kita sebut sebagai program daring yaitu kelas virtual Taekwondo CR Taekwondo Academy Jakarta. Kemudian akan menjelaskan bagaimana sistem komunikasi pemasaran yang dijalankan sehingga pemanfaatan apa saja yang diberikan melalui pemanfaatan media digital pada sistem komunikasi pemasaran digital di Dojang CR Taekwondo Academy Jakarta.

Dojang CR Taekwondo Academy adalah suatu pusat latihan ilmu beladiri Taekwondo di Jakarta. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan suatu inovasi pada program kelas Taekwondo virtual di Dojang CR Taekwondo academy. Konsep dari penelitian ini adalah adanya pemanfaatan media pada sebuah komunikasi pemasaran yang berfokus pada promotion mix atau bauran promosi yang meliputi dari "Advertising, Public Relations, Direct Marketing, dan sebagainya ". Melanjutkan setelah konsep maka adanya proses komunikasi pemasaran yang berbasis media digital dan media sosial pada implementasinya. Maka dari itu penelitian ini memiliki metode penelitian pada kualitatif dengan menggunakan paradigma studi kasus yang menceritakan fenomena Covid-19 pada program olahraga virtual Taekwondo di Dojang CR Taekwondo academy Jakarta.

Keyword : Strategi Komunikasi Pemasaran, Promotion Mix, Strategi komunikasi pemasaran digital, media sosial, Sosial konstruksi pada tekonologi.