

## ABSTRAK

Dewasa ini di beberapa kota besar sedang menikmati hadirnya fasilitas transportasi alternatif yang anti macet, tidak ribet, dan tentunya mudah untuk diakses, apalagi kalau bukan ojek *online*. Saat ini transportasi *online* juga mulai menjamur di kota Purwokerto, transportasi *online* yang hadir di kota Purwokerto berbasis pada penggunaan *Line@*. Hal ini memicu timbulnya proses promosi untuk dapat terus mempertahankan eksistensi, sekaligus dilakukan sebagai salah satu cara dalam menarik minat konsumen. Berkaitan dengan hal ini, penelitian berjudul “Promosi Transportasi *Online* Berbasis *Line@* Dalam Menarik Minat Konsumen” bertujuan untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan oleh salah satu transportasi *online* yang hadir di kota Purwokerto, yakni BLEK-JEK.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Fokus kajian pada penelitian ini adalah promosi yang dilakukan BLEK-JEK sebagai salah satu transportasi *online* yang hadir di kota Purwokerto dalam menarik minat konsumen. Informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data pada penelitian ini sendiri dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data yang terdiri dari empat langkah, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan yang terakhir penarikan kesimpulan, dengan pengembangan validitas menggunakan triangulasi model sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BLEK-JEK sebagai salah satu transportasi *online* berbasis *Line@* yang hadir di kota Purwokerto telah melakukan kegiatan promosi baik secara *offline* maupun *online*. Dari keseluruhan elemen bauran promosi yang terdiri dari lima elemen, BLEK-JEK hanya memusatkan kegiatan promosi pada elemen periklanan (*Advertising*), humas & publisitas (*Public Relations & Publicity*), dan promosi penjualan (*Sales Promotion*).

***Kata kunci: Promosi, Bauran Promosi, Transportasi Online, BLEK-JEK.***

## **ABSTRACT**

*Today in some big cities, people are enjoying the presence of alternative transportation facilities to avoid traffic jam, efficient, and certainly easy to access, it's called online transportation. Nowadays, online transportation is growing rapidly in Purwokerto, it exists in Purwokerto using Line@ to take the order from customers. This condition trigger the emergence of the promotion process to keep maintaining the existence of the online transportation itself, as well as one way to attract consumers. In this regard, the research entitled "Promotion Online Transportasion Based on Line@ In Attracting Consumers" aims to find out the promotion made by one of the existing online transportation in Purwokerto.*

*This research used qualitative method with descriptive study approach. The focus of the study is the promotion conducted by BLEK-JEK as one of the online transportation which exist in Purwokerto to be able to attract consumers. The informant was chosen by using purposive sampling technique. Additionally, the data collection was done by in-depth interview, observation, and documentation. This research also used data analysis method consisting of four steps, data collection, data reduction, data presentation, and conclusions with triangulation of data source as validation method.*

*Thereupon the results show that BLEK-JEK as one of online based transportation using Line@ in Purwokerto performing promotional activities conducted both offline and online. The promotions consist of 5 elements. However, BLEK-JEK only focus on advertising, public relation and publicity, and sales promotion.*

**Keywords: Promotions, Promotion Mix, Online Transportation, BLEK-JEK.**