

Analisa pemanfaatan social media twitter sebagai medium komunikasi dengan konsumen dalam kegiatan komunikasi pemasaran (studi kasus pada produk yang mengalami percepatan pertumbuhan pemahaman = Analysis on the use of social media (twitter) as a communication medium with consumer in the marketing communications activity (case study on products that experienced swift growth in brand understanding))

Priscila Febriana Carlita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20305414&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian kualitatif ini mencoba mendeskripsikan pemanfaatan social media, terutama Twitter, sebagai medium komunikasi antara brand dengan konsumen. Peneliti menganalisa proses perilaku konsumen dengan rumusan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), yang sedikit banyak mulai dipengaruhi social media. Penelitian ini menemukan adanya kecenderungan bagi konsumen memulai proses Attention dan Desire melalui social media. Muncul pula indikasi, bahwa konsumen melakukan pencarian informasi (Search) karena rasa tertarik yang didorong akibat percakapan yang terjadi social media. Percakapan yang terjadi di Twitter mampu menciptakan rasa penasaran yang besar serta keinginan untuk mencari tahu dan memiliki produk atau jasa yang ditawarkan. Walaupun social media sudah banyak digunakan sebagai media utama dalam mencari informasi; media konvensional tetap dibutuhkan sebagai media pendukung. Keberadaan keduanya saling melengkapi.

ABSTRACT

This qualitative research attempts to describe the use of social media, especially Twitter, as a communication medium between brand and consumer. Researcher analyzed consumer behavior with the AIDA formula (Attention, Interest, Desire, Action), which is starting to be more or less influenced by social media. This study found a tendency for consumer to start the process of Attention and Desire through social media. There is also an indication for consumer to search (Search) for more information because of the conversations in social media. Conversations occurring on Twitter create great curiosity, as well as the desire to find out more and purchase the product or service that is offered. Although social media has been widely used as the main medium in seeking information; conventional media is still needed as a supporting medium. The existence of the two complements each other.