

Evaluasi strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial: studi kasus kampanye media sosial Tirajeans "Guess What Happens Next" = Evaluation of communication strategies marketing through social media: case study social media campaign Tirajeans "Guess What Happens Next"

Bobby Purnawarman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329170&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang kampanye Media Sosial "Guess What Happens Next", yang dilaksanakan oleh Tirajeans. Di dalamnya dijelaskan tentang pentingnya evaluasi dalam strategi komunikasi media sosial dan penjelasan mengenai hal-hal yang termasuk dalam indikator evaluasi media sosial.

Dalam penelitian ini, dapat dilihat melalui paradigma Lasswell bahwa di dalam komunikasi pemasaran interaktif terdapat lima komponen yaitu produk, pesan, media, konsumen dan efek yang menggunakan media sosial sebagai saluran dan media baru untuk penyampaian pesannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan gabungan yaitu pendekatan kuantitatif yang didukung oleh pendekatan kualitatif. Sejumlah hal yang dapat diambil sebagai kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perlu adanya evaluasi dalam sebuah kampanye media sosial untuk menilai apakah strategi komunikasi yang digunakan merupakan strategi yang baik dan sesuai dengan tujuan akhir kampanye media sosial tersebut. Indikator indikator yang mendukung bahwa evaluasi tersebut baik dapat dilihat dari tools yang ada untuk menilai media sosial.

.....This thesis discusses Social Media campaign "Guess What Happens Next", implemented by Tirajeans. It describes the importance of evaluation in social media communication strategy and an explanation of the things included in the evaluation indicators of social media.

In this study, it can be seen through the paradigm of Lasswell that in the interactive marketing communications, there are five components of which is the product, the message, media, consumers and the effects of using new media like social media as a channel for the delivery of the message.

This study used a mixed method approach. It is a quantitative method that is supported by a qualitative method. A number of things can be taken as a conclusion from this study, that is the need for evaluation in a social media campaign to assess whether the communication strategy used is a good strategy and in accordance with the ultimate goal of social media campaigns. Indicators to support that evaluation can be seen from both the existing tools to assess social media.