

Model pola dan strategi komunikasi pemasaran dan transaksi bisnis komunitas peer to peer = Model pattern and business transactions communications strategy of peer to peer community / Mohammad Farhan Noor

Mohammad Farhan Noor, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329172&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Mohammad Farhan Noor. 1006744793. 2012. Model, Pola dan Strategi Komunikasi Pemasaran dan Transaksi Bisnis Komunitas Peer-to-Peer. Pembimbing Dr. Irwansyah, MA. Pasca Sarjana Manajemen Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model komunikasi, pola komunikasi dan strategi komunikasi pemasaran dan transaksi bisnis yang dilakukan oleh P2P Courier Service. Penelitian ini menggunakan fenomenologi untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala yang terlibat di dalam komunitas P2P Courier Service. Penelitian ini diuraikan dengan teknik naratif dan analytic comparison pada hasil data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi yang terjadi di dalam P2P Courier Service diawali dengan catatan aktivitas titip-menitip yang dikumpulkan oleh penyedia P2P Courier Service untuk kemudian dimanfaatkan oleh komunitas yang berbagi peran antara Penitip dan Traveler dengan pola komunikasi yang merupakan kombinasi antara Registration, Allocution, Conversation dan Consultation. Sementara strategi komunikasi pemasaran maupun transaksi bisnis dilakukan dengan menekankan pengalaman partisipatif komunitas. Penelitian ini menyimpulkan P2P Courier Service sebagai sebuah konsep layanan baru berbasis Peers berjalan dan berkembang karena komunikasi dan interaksi terus terjadi di dalamnya, yang kemudian mendatangkan partisipasi aktif dari para penggunanya

<hr>

ABSTRACT

Mohammad Farhan Noor. 1006744793. 2012. Models, Patterns and Marketing and Business Transactions Communications Strategies of Peer-to-Peer Community. Dr. Irwansyah, MA as a Counselor. Post Graduate Communication Management. Faculty of Social and Political Sciences. University of Indonesia. This study aims to determine the model of communication, patterns of communication and marketing and business transactions communication strategy conducted by P2P Courier Service. This study uses phenomenology to explain the meaning of a number of people about the life experiences of a concept or phenomenon involved in the community of P2P Courier Service. This study described with techniques of narrative and analytic comparison to the results of the data obtained through in-depth interviews and participatory observation. The results of this study indicate that the model of communication that occur in P2P Courier Service starts with entrusted couriers activity recorded by the P2P Courier Service for later use by the community to share the role between Traveler and Depositor managed with the patterns of communication that combines Registration, Allocution, Conversation and Consultation. While the marketing communication strategy and business transactions carried out by emphasizing community participatory experience. The study concluded P2P Courier Service as a new service concept based Peers run well and flourished because of the

communication and interaction continues to occur in it, which then brings the active participation from its users.