

Analisis pemanfaatan jaringan situs pertemanan multiply.com sebagai medium komunikasi pemasaran di internet

Gayatri Utami, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20338775&lokasi=lokal>

Abstrak

Thesis ini membahas tentang analisis pemanfaatan jaringan situs pertemanan Multiply.com sebagai medium komunikasi pemasaran di internet yang dilakukan oleh kalangan entrepreneur. Topik pembahasan dalam tesis ini dikhususkan pada tiga hal utama, yakni mengetahui implementasi dari bauran pemasaran di internet yang dilakukan oleh para entrepreneur, mengetahui pemanfaatan EWOM serta melihat proses pembinaan hubungan yang dilakukan oleh nasumber. Kerangka konseptual yang digunakan untuk menjelaskan ketiga topik pembahasan tersebut dimulai dari konsep komunikasi antar pribadi, kemudian bentuk lain pemanfaatan jaringan situs pertemanan sebagai sebuah peluang bisnis dijelaskan dengan menggunakan konsep bauran pemasaran di internet. Lalu implementasi dari EWOM pada pemasaran yang dilakukan lewat situs Multiply.com. Dan terakhir adalah tahap nurturing relationships yang dialami oleh nasumber. Metode penelitian yang dilakukan untuk membahas topik-topik yang telah ditentukan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitiannya adalah deskriptif.

Dari hasil analisa diketahui bahwa situs Multiply.com memiliki fitur-fitur yang menunjang untuk melakukan promosi, utamanya promosi dari mulut ke mulut melalui internet. Pada tahap pembinaan hubungan, diketahui bahwa proses pemutusan hubungan adalah tahap yang sulit untuk dilakukan pada pemasaran yang berbasis dari mulut ke mulut. Untuk dapat bertahan dalam usaha yang mereka geluti saat ini, ada baiknya entrepreneur mengkombinasikan antara situs yang mereka miliki di Multiply.com dengan situs berbayar pribadi. Sehingga dapat lebih dipercaya oleh calon konsumennya, namun tetap mendapatkan keuntungan melalui kekuatan jaringan yang dimiliki oleh Multiply.com.

This thesis research is discussing about the use of social networking site Multiply.com as internet marketing communications medium who used by entrepreneurs. The object for this research focuses on three main object, that are knowing the implementation of marketing mix on internet that entrepreneurs does, knowing benefits from EWOM in promotions entrepreneurs doing, and to see the nurturing relationships process happens in prosument while conduct marketing communications. The conceptual tiamework that used to explain the three main objects beginning from the concept of intrapersonal communication, then another benefits of SNS as business opportunity that used by entrepreneurs by using internet marketing mix framework. After that, EWOM implementation in marketing cornrmnications that entrepreneurs does. The last one is about nurturing relationships process that entrepreneurs feels of. Research methods held to discuss the three topics is qualitative methods, with research specitied is using descriptions research. From the research, researcher find that Multiply.com sites have some features which compatiblee for promotion, especially for electronic word of mouth process. In nurturing relationships process, researcher fined that dissolution process is hard to do, especially when the marketing promotion is based on electronic word of mouth. To be exist, it is better for entrepreneurs to combine between a dotcom sites and their Multiply.com account, so they can provide trust for their initial consumer and also still have the benefits of networking they have through Multiply.com.