

# Implementasi social media marketing pada strategi komunikasi pemasaran : studi kasus [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) = Social media marketing implementation on marketing communication strategy : case study [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id)

Stevi Larasati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349186&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Pada era web 2.0, penggunaan internet berkembang pesat dibandingkan web 1.0. Perubahan ini mengacu kepada cara berkomunikasi pengguna internet yang tadinya dari satu sumber ke banyak pengguna berubah menjadi dari banyak sumber ke banyak pengguna. Perubahan ini mempunyai pengaruh yang signifikan bagi pengguna dan pengembang aplikasi internet sampai lahirnya social media. Hal ini dibarengi dengan kemajuan teknologi komunikasi seperti seperangkat yang mendukung untuk mengakses social media. Sehingga pengguna social media merasa dapat melakukan aktivitas sosial tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai bidang disiplin ilmu, salah satunya adalah pemasaran. Oleh karena itu, munculah bidang disiplin ilmu baru yaitu social media marketing. Pengguna social media, dari mulai individu, UKM, sampai ke perusahaan-perusahaan besar menerapkan pemasaran melalui social media. Salah satu perusahaan, KASKUS, juga menerapkan social media marketing pada strategi komunikasi pemasarannya. Sebagai situs jejaring sosial, KASKUS menggunakan jejaring lainnya yang terintegrasi dengan situs KASKUS, [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id), sebagai salah satu strategi menghadapi semakin banyaknya pesaing di dunia jejaring sosial. Penerapan social media marketing ini digunakan KASKUS dengan harapan [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) mampu bertahan menjadi market leader dalam bisnis situs jejaring sosial.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif menggunakan evaluasi proses sebuah studi kasus.

Penelitian ini menunjukkan bahwa social media marketing merupakan sarana komunikasi pemasaran yang cukup efektif khususnya dalam mencapai objectives yang telah ditentukan KASKUS. Hal ini berhubungan dengan teori New Wave Marketing beserta elemen-elemen social media marketing.

.....In web 2.0 era, Internet usage activity improving from web 1.0. This improvement is changing the way of internet user to communicate, from one to many become many to many communication. This change have a significant impact for internet users and software developer. And finally social media is born. This improvement is following by technology of communication which is communication device can be use for social media. There is no limitation to communicate using social media.

Social media can be use for any dicipline science, one of them is marketing science. From that, social media marketing is born as new dicipline science. Social media users doing a marketing using social media marketing, starts from individual to big company. One of the company, KASKUS, also doing a social media marketing as its marketing communication strategy. As a social media networking, KASKUS use other social media integrated into [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id), as one of their strategy to face the increasing number of competitors in social media networking, with so, [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) could survive as a market leader.

The study was conducted with qualitative methods using a case study evaluation process. Research shows that social media marketing is an effective tools to reach the objectives that has been determined by KASKUS. This is related to the theory of the New Wave Marketing and also the elements of social media

marketing.