

Kampanye viral marketing analisis creative material seeding dan tracking petersaysdenim = Viral marketing campaign creative materials analysis seeding and tracking petersaysdenim

Nurul Fajri Hastomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388916&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Banyak brand menyadari bahwa penjualan produk dan ide-ide paling baik bukan dari pemasar ke konsumen tetapi dari konsumen ke konsumen. Kampanye viral marketing berfokus pada pengalaman pribadi terhadap suatu brand dan membuka kekuatan baru konsumen.

Penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi kampanye viral marketing yang berhasil melalui proses pengembangan dan produksi agen viral (creative material) dalam format digital. Proses seeding atau pendistribusian agen viral secara online, dan proses tracking atau ukuran dalam menentukan kriteria akuntabilitas dan keberhasilan dari kampanye viral marketing. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa pemanfaatan sosial media untuk kampanye viral marketing perlu adanya manajemen yang menyangkut perencanaan dan sistemasi pesan maupun penggunaan sosial media yang sesuai dengan tujuan target pasar.

ABSTRACT

Many brands realize that the sale of the product and the most excellent ideas not from marketers to consumers but from consumer to consumer. Viral marketing campaign focuses on the personal experience and the opening of a brand new power consumers.

This study aimed to identify a successful viral marketing campaign through the development process and production of viral agents (creative material) in digital format. The process of seeding or distribution of viral agents online, and the process of tracking or accountability criteria in determining the size and success of a viral marketing campaign. The approach used in this study is a qualitative approach to research that generate and process data that are descriptive. From these results it appears that the use of social media for viral marketing campaign management regarding the need for planning and systematization and use of social media messages that correspond to the target destination market.