

Pemanfaatan media sosial untuk branding studi deskriptif pemanfaatan media sosial oleh FC internazionale di Indonesia = Utilization of social media for branding descriptive study of utilization of social media by FC internazionale in Indonesia / Indra Setiawan

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404597&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam industri olahraga klub harus bisa tanggap dan ikut berpartisipasi di media sosial untuk membangun branding yang kuat dibanding kompetitor Sepak bola merupakan fenomena yang menjadi olahraga terfavorit di dunia Saat ini industri sepak bola dunia dikuasai oleh klub klub sepak bola yang berasal dari Eropa Untuk memperluas ekspansi pasar dan meningkatkan nilai brand mereka beberapa klub sepak bola Eropa mulai berfokus ke wilayah Asia Strategi komunikasi yang mereka lakukan salah satunya adalah melalui media sosial FC Internazionale merupakan salah satu klub sepak bola besar Eropa yang mulai membidik pengembangan kelompok suporter di Asia Kedatangan pemilik baru warga negara Indonesia Erick Thohir membuat Internazionale mengambil beberapa strategi komunikasi baru untuk lebih dekat dengan Interisti di Indonesia salah satunya melalui pemanfaatan media sosial berbahasa Indonesia Pemanfaatan media sosial untuk branding yang dilakukan oleh FC Internazionale di Indonesia telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan dan memelihara nilai brand Level engagement yang terjadi antara Inter dan Interisti Indonesia di media sosial berada di tingkat proponent yang membuat pendukung Internazionale terus bertambah dan menjadi yang terbesar di dunia

ABSTRACT
In the sports industry the club should be able to respond and participate in social media to build a strong branding than competitors Football become a phenomenon to be the most favorite sport in the world Currently the world 39 s football industry dominated by football clubs from Europe To expand the market expansion and increase their brand value some European football clubs began to focus on the Asian region Communication strategies that they did one of them is through social media FC Internazionale is one of the major European football clubs are starting to target the development of supporters group in Asia The arrival of the new owner an Indonesian citizen Erick Thohir make Internazionale take some new communication strategy to be closer to Interisti in Indonesia one of them through the use of social media in Indonesian language Utilization of social media for branding performed by FC Internazionale in Indonesia has a positive impact in improving and maintaining the value of the brand The level of engagement that occurs between Inter and Indonesians Interisti in social media is in the proponents level make Internazionale supporters continue to grow and become the largest in the world