

Analisis motivasi dan kebutuhan konsumen generation y dalam menggunakan instant messaging studi terhadap line indonesia = Analysis of motivation and consumer needs generation y in using instant messaging a study about line indonesia

Isa Nuruddin Ahmad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404658&lokasi=lokal>

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi sekarang ini, dibarengi dengan perkembangan pengguna media sosial, tercatat bahwa dari 251 juta penduduk Indonesia, 62 juta diantaranya sudah menggunakan media sosial. Salah satu pengguna media sosial seperti produk pesan instan dikuasai oleh Konsumen Generasi Y. Berdasarkan Hierarki kebutuhan Maslow, kebutuhan Sosial dan Ego dapat memenuhi motivasi konsumen generasi Y dalam menggunakan produk pesan instan. Kebutuhan ini mengacu pada keinginan untuk berinteraksi antar masyarakat, dan keinginan mendapatkan pengakuan dari orang lain terkait status sosial yang mereka miliki. Generasi Y juga memiliki enam kebutuhan dalam menggunakan media sosial yaitu kontribusi, berbagi, konsumsi, pencarian, partisipasi, dan bermain yang telah dipenuhi oleh salah satu produk pesan instan yaitu Line. Line memberikan berbagai fitur menarik seperti seperti Line Free Call, Line Games, Line Find Alumni, Line Camera, dan fitur lainnya yang tergabung dalam lebih dari 52 aplikasi keluarga Line. Line dapat memenuhi enam kebutuhan Generasi Y karena memiliki fitur Social Platform yang tidak dimiliki oleh produk Pesan Instan lainnya.

<hr>

A huge development of information technology today is in line with the development of social media users, noted that out of 251 million from all Indonesian, 62 million of them already used social media. One of the use from social media such as instant messaging products mostly used by the Consumer of Generation Y. Based on Maslow's hierarchy of needs, social needs and ego needs can fulfilled consumer motivation generation Y from using instant messaging products. This requirement refers to the desire for interaction between the community and the desire to get recognition from others related to their social status. Generation Y also has six requirements in the use of social media are contributing, sharing, consuming, searching, participating, and playing which have been met by one of the instant messaging product, that is Line. Line provides a variety of interesting features such as Line Free Call, Line Games, Line Find Alumni, Line Camera, and other features that are incorporated with more than 52 applications of Line family. Line can answer the six needs of Generation Y because it has a Social Platform features that are not available on the other Instant Messaging products.