

Analisis viral marketing youtube studi terhadap tayangan ?kenapa rupiah melemah? dari Saluran Kok Bisa = Viral marketing analysis on youtube case study ?kenapa rupiah melemah? on Kok Bisa Channel

Gerald Sebastian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424014&lokasi=lokal>

Abstrak

Penyebaran melalui Word of mouth tidak lepas dari kegiatan pemasaran. Word of mouth tersebut kemudian dikembangkan menjadi strategi pemasaran viral marketing dan buzz marketing, dimana penyebaran tersebut tidak lepas dari model A.I.D.A. Melihat startegi ini sebuah saluran Youtube ?Kok Bisa?? mengunggah konten berjudul ? Kenapa Rupiah Melemah?? dan menjadi viral. Hal ini juga bertepatan dengan kondisi perekonomian di Indonesia mengalami krisis ekonomi 24 Agustus 2015, dimana mata uang rupiah menyentuh angka Rp 14.000,- dan merupakan rekor terburuknya, sejak tahun 1998. Banyak menuai komentar, topik ini kemudian menjadi perhatian hangat netizen (warga jejaring maya Internet), dimana emosi dan keterikatan mereka ikut terlibat dalam kejadian ini. Video tersebut kemudian ramai dibicarakan karena memberikan penjelasan simpel mengenai krisis yang ada dan menjadi Word of Mouth. Hal ini tidak lepas dari adanya proses A.I.D.A. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi, A.I.D.A pun berkembang menjadi A.I.S.A.S dengan adanya tambahan Search, Action dan Share. Ketiga hal tersebut yang menjadi kunci utama terjadinya word of mouth, terutama untuk Action dan Share. Ternyata staregi ini digunakan oleh saluran "Kok Bisa?" pada kontennya yang lain. Namun, konten tersebut tidak mendapatkan respon yang serupa. Hal ini kemudian dianalisis berdasarkan faktor Messenger, Message dan Environment dapat dijadikan pedoman dalam penyebaran konten video secara daring (online).

Spreading a message through Word of Mouth, cannot be separated with Marketing Activities. Then, Word of Mouth is developing and become Viral and Buzz Marketing strategy. Where the spreading is also can not separate with A.I.D.A Model. Saw this strategy, a Youtube Channel ?Kok Bisa?? upload a content entitled ?Kenapa Rupiah Melemah?? which is become viral. It also coincided with the economic condition in Indonesia, which experienced an economic crisis in 24th August 2015. Where Rupiah touched Rp 14.000,- and become the worst record since 1998. A lot of Comment from the Netizen (Virtual citizens of Internet), where emotion and their attachment involved this event. Then, The Video is much to be discussed, because it?s providing a simple explanation of the economic crisis and become a word of mouth. This process of A.I.D.A however develops with the advancement of technology into A.I.S.A.S with additional Search, Action and Share. However, those three is a key in word of mouth. Especially for action and share. This strategy evidently used by "Kok Bisa" channel for other content. However, the content doesn?t get similar response. Then It?s analyzed based on factors Messenger, Message and Environment can be used as guidance in the deployment of video content online.