

Strategi marketing public relations: pemanfaatan media sosial oleh majalah Cita Cinta = Marketing public relations strategy use of social media by majalah Cita Cinta

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424088&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan media digital yang pesat membuat industri media cetak kian tergerus, begitu juga di Indonesia. Para pegiatnya dituntut untuk memikirkan cara agar mampu mempertahankan eksistensi dalam berbisnis. Untuk menghadapinya, berbagai perusahaan media cetak di Indonesia kini mulai melakukan ekspansi ke dunia maya dengan menambahkan platform baru seperti website, blog, dan media sosial terhadap mereknya. Pada praktiknya, media sosial dimaksimalkan tak hanya untuk menyampaikan informasi, karakteristiknya yang interaktif juga digunakan untuk membangun hubungan yang baik dan menguntungkan dengan para pembaca dan pengikutnya. Makalah ini membahas bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan oleh perusahaan media cetak sebagai bentuk strategi Marketing Public Relations. Pada Majalah Cita Cinta (CC), penulis mencoba melihat bagaimana masing-masing media sosial yang dimiliki oleh CC dapat dimanfaatkan, tak hanya untuk mempromosikan brand-nya tetapi juga untuk mencapai tujuan-tujuan MPR, utamanya dalam membangun kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap CC.

The rapid development of digital media makes printed media industry increasingly eroded, as well as in Indonesia. The workers required to find a way to be able to maintain the existence in business. To deal with it, a variety of printed media company in Indonesia are now beginning to expand into the virtual world by adding new platforms such as websites, blogs, and social media to brand. In practice, social media is maximized not only to convey information, its interactive characteristics are also used to build a good and beneficial relationship with the readers and followers. This journal discusses how social media can be used by printed media companies as a form of Marketing and Public Relations strategy. Towards Majalah Cita Cinta (CC), the author will explain how each social media owned by Majalah Cita Cinta can be used, not only to promote its brand, but also to achieve its MPR objectives, particularly in building public awareness and knowledge.