

Pemasaran secara relasional pada niche dalam media sosial (analisis komunikasi pemasaran online shop pakaian big size dalam jejaring media sosial) = Relationship marketing at niche in social media marketing communication (analysis in big size clothing online shop through social media networking)

Siti Hanifa Azanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432681&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini akan menjabarkan pemasaran bisnis online niche dengan online shop yang dijalankan dengan menggunakan media sosial. Bagaimana melihat peluang pada ceruk (niche) dan melakukan komunikasi pemasaran pada pemasaran di era digital. Penelitian ini akan mengambil studi kasus mengenai pemasaran niche barang-barang khusus individu yang memiliki tubuh big size. Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan paradigma post positivis.

Dari penelitian yang dilakukan ditemukan, banyak netpreneur yang berbisnis pada komunitas big size dengan menjalin hubungan atau relasi dengan melakukan komunikasi secara langsung dan saling berinteraksi dengan pelanggan dengan penggunaan media sosial. Selain itu, bentuk pemasaran dilakukan dengan konsep new wave marketing untuk menjangkau konsumen dalam komunitas.

.....This study will describe the niche marketing online business with an online shop through by using social media. How do see opportunities in niche and do the marketing communication in the digital age. This study will take a case study on marketing niche specialty items individuals who have a big body size. The approach of research is qualitative research with post-positivist paradigm.

From this research found, many netpreneur doing business in a niche with a relationship or a relationship with to communicate directly and interact with customers with the use of social media. Moreover, this form of marketing is done with the concept of the new wave of marketing to attract customers in the community.