

Analisis penggunaan instagram dari komunitas menjadi perusahaan bisnis mobile-photography (studi pada perubahan akun instagram handsinframe hifcreative) = Analysis of change instagram mobile photography community to business media agency studies on instagram account handsinframe hifcreative / Dimas Akbar Nugroho

Dimas Akbar Nugroho, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434710&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kemajuan teknologi komunikasi dalam media baru yang pesat memunculkan masyarakat informasi yang dalam hal ini menuntun kita untuk mendefinisikan ulang teori mengenai media. Pada era globalisasi pasca perkembangan media baru, kumpulan individu yang dalam hal ini merupakan bagian dari masyarakat informasi membentuk berbagai macam jenis komunitas masyarakat global di seluruh dunia. Pembentukan komunitas tersebut dapat diinisiasi berdasarkan kesamaan hobi, pekerjaan, maupun ketertarikan pada satu topik yang sama. Salah satu aspek yang mempengaruhi perubahan tersebut adalah lahirnya sosial media yang memfasilitasinya. Instagram serupa aplikasi UGC (user generated content) adalah salah satu aplikasi berbagi foto yang memberikan kebebasan bagi setiap orang untuk menunggah foto sesuai dengan kehendak penggunaannya. Seiring dengan semakin maraknya pengembangan pemanfaatan fasilitasnya, instagram pula telah melahirkan sebuah kebutuhan dan kesempatan baru dari pemasaran digital. Tulisan ini membahas mengenai wujud baru dari kesempatan bagi setiap orang sebagai pengguna sosial media yang dapat mengembangkan pemanfaatan fasilitasnya untuk membagikan konten dan wujud dari pemasaran yang lebih efektif meraih perhatian konsumen. Pengamatan ini dilakukan pada akun dan tagar handsinframe yang sifatnya viral di instagram . Tulisan ini menyoroti mengenai fenomena komodifikasi perubahan wujud dari akun instagram @handsinframe yang gemar mengunggah foto pribadi dengan #handinframe tanpa orientasi bisnis hingga menjadi komoditas dan memberikan sebuah peluang pemasaran baru . Sehingga terbentuk akun @HIFcreative sebagai sebuah akun pemasaran digital berbasis sosial media.

<hr>

ABSTRACT

Advances in communications technology in the new media are rapidly gave rise to public information in this case leads us to redefine theories about media. In the era of globalization after the development of new media, a collection of individuals which in this case is part of the information society to form various types of global communities around the world. The formation of the community can be initiated based on common hobbies, occupation, or interest in the same topic. One of the aspects that affect these changes is the birth of social media that facilitate it. Similar app Instagram UGC (user generated content) is one kind of photo sharing application that provides the freedom for everyone to share a photo with in accordance with the will of its users. Along with the increasingly widespread use of facilities development, instagram also has spawned a new needs and opportunities of digital marketing. This paper discusses the new form of opportunity for each person as a user of social media to develop the use of its facilities to distribute the content and form of marketing more effectively grab the attention of consumers. These observations were made on the account and hashtag handsinframe that are viral in instagram. This paper highlights the

phenomenon of commodification instagram account changes in the form of @handsinframe who likes to upload personal photos with #handinframe without orientation to become a commodity business and provide a new marketing opportunities. So then formed @HIFcreative account as an account-based digital marketing social media.