

Penggunaan media sosial pada perusahaan e-commerce (studi mengenai social media engagement pada akun instagram e-commerce happyfresh Indonesia) = Social media use in e-commerce business (a case study of social media engagement on e-commerce happyfresh Indonesia instagram account)

Difa Raksa Annisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446916&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

E-commerce adalah industri jual-beli melalui jaringan internet yang sedang berkembang pesat. Salah satu cara yang digunakan agar target market merasakan ikatan secara emosional dengan brand adalah meningkatkan social media engagement di media sosial. Dalam makalah ini penulis ingin menggambarkan penggunaan media sosial pada perusahaan e-commerce sebagai salah satu sumber informasi khalayak yang dilatarbelakangi oleh social media engagement. Hal tersebut berhubungan dengan AISAS model yang menjelaskan mengenai online consumer behavior. Penulisan makalah ini menggunakan studi kasus pada akun media sosial Instagram HappyFresh Indonesia. Penulis melakukan analisa terhadap konten Instagram HappyFresh Indonesia. Hasil penulisan makalah ini menunjukkan bahwa konten di Instagram HappyFresh Indonesia sesuai dengan tujuannya untuk meningkatkan social media engagement. Implikasi makalah ini bagi pelaku industri terutama dalam e-commerce untuk menjaga media sosialnya dan terus meningkatkan social media engagement agar membedakan diri dengan kompetitor, menjadi sumber informasi yang kredibel, dan terlibat langsung dalam kehidupan sehari-hari khalayak.

<hr />

ABSTRACT

E commerce is an industry when you can buy and sell through internet network which is growing rapidly. One of the ways to engage target market in an emotional way is to increase social media engagement on social media. In this paper, author wanted to describe social media use in e commerce business as one of the information sources for audience in the social media engagement. That is related with AISAS model which describes online consumer behavior. This paper uses case study of HappyFresh Indonesia Instagram account. Author performed an analysis of its content. Results of this paper showed that HappyFresh Indonesia Instagram account contents matched with their purpose to increase social media engagement. The implication of this paper for the industry, especially in e commerce business, is to maintain their social media and increase social media engagement to make differences between competitors, being a credible source of information, and involved in audience everyday life.