

Utilizing social media marketing for startup businesses = Penggunaan pemasaran sosial media untuk bisnis startup

Chelsea, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479039&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam lingkungan bisnis saat ini, Internet telah mempersempit kesenjangan komunikasi antara bisnis dan konsumen dengan membangun platform komunikasi dua arah. Ini telah mendorong keterlibatan bisnis startup dengan pelanggan mereka melalui percakapan di ranah media sosial. Salah satu diskusi utama di abad ke-21 ini berkisar pada cara menggunakan media sosial dengan metode yang bisa berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Studi ini akan memberikan pengertian tentang bagaimana media sosial dapat menguntungkan bisnis startup yang menghadapi konsep hidup yang sulit di dunia bisnis. Secara keseluruhan, studi ini mengidentifikasi beberapa platform media sosial yang cocok untuk produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga memajukan pemahaman kita tentang pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan bisnis. Konteks lain yang dibahas dalam studi ini termasuk keuntungan yang dapat dimiliki melalui pemasaran media sosial pada bisnis startup yaitu untuk ikut terlibat dalam perbincangan publik pada berbagai tingkatan, memamerkan produk / layanan mereka secara visual, meningkatkan kesadaran merek mereka, membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang, dan ini semua dapat dicapai dengan cara yang hemat biaya. Keuntungan-keuntungan ini memang datang dengan tantangannya. Terutama dalam menyiapkan strategi pemasaran media sosial yang tepat untuk memastikan bahwa itu akan membawa hasil yang sejalan dengan tujuan setiap bisnis. Tantangan lain termasuk mengendalikan reaksi negatif dari publik dan mengikuti perubahan lingkungan yang terus berubah. Secara keseluruhan, penting bagi bisnis startup untuk berinvestasi dalam strategi pemasaran media sosial mereka untuk berhasil. Saat ini pasar publik berada di media sosial dan metode pemasaran tradisional tidak lagi cukup untuk membantu bisnis startup mencapaikan sukses, karena kebanyakan orang berusia sekitar 18 hingga 30 tahun aktif di media sosial.

.....

In the current business environment, the Internet has narrowed the communication gap between brands and consumers by establishing two-way communication platforms. This has encouraged the engagement of startup businesses with their customers through joining the conversation on the social media sphere. One of the major discussions of the 21st century revolves around how to use social media platforms in a way that will impact on the consumer's decision process. This study will give an understanding of how social media can benefit startups that are facing the tough living concept in the business world. Overall, the study identifies several social media platforms that are suitable for the products or services offered, thereby furthering our understanding of the utilization of social media as a marketing tool effectively and efficiently to achieve the business's goals. Another context that is being discussed in this research includes the advantages that social media marketing can have on startup businesses which are to engage with the public on multiple levels, showcase their products/services through visuals, increase their brand awareness, build and maintain long-term relationships, and these can all be achieved in a cost-effective manner. These advantages do come with its challenges. Especially in setting up the right social media marketing strategy to

ensure that it will bring the results that are in line with the goals of each business. Other challenges include controlling the negative reactions from the public and in keeping up with the constantly changing environment. On the whole, it is necessary for startup businesses to invest in their social media marketing strategy to succeed. The public market is in social media and traditional marketing methods are no longer sufficient to help startup businesses achieve success, as most people around the age of 18 to 30 are active on social media.