

Analisis Marchella FP: penggunaan instagram untuk pemasaran buku oleh penulis = An Analysis on Marchella FP: the utilization of instagram in the promotion of books by writers / Gyanindra Ali Akbar Mangitung

Gyanindra Ali Akbar Mangitung, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498883&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi seperti internet telah mengubah alur komunikasi di berbagai bidang, seperti dalam bidang pemasaran. Media sosial, khususnya, dengan karakteristiknya yang memperkenankan pengguna untuk memberi umpan balik, telah mengubah cara bisnis atau organisasi mempromosikan produknya. Tak terkecuali penulis yang juga mempergunakan media sosial untuk mempromosikan bukunya. Contohnya adalah Marchella FP, penulis Indonesia terlaris, yang secara kumulatif memiliki 3 juta pengikut dalam akun-akun Instagramnya. Akademisi Mangold dan Faulds berargumen bahwa karena media sosial, cara baru untuk mempromosikan sebuah produk adalah dengan membentuk diskusi yang menguntungkan sebuah bisnis. Mangold dan Faulds juga berargumen bahwa terdapat sembilan hal yang bisa dilakukan sebuah bisnis untuk membentuk diskusi. Makalah ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana penggunaan Instagram membantu Marchella dalam mempromosikan bukunya. Dengan penelitian sekunder dan analisis konten, ditemukan bahwa Marchella FP telah melakukan sembilan hal tersebut dalam penggunaan Instagramnya dan hal tersebut membantu membentuk diskusi dan mempromosikan bukunya.

<hr>

ABSTRACT

The rapid development of technology such as the internet has reshaped the communications flow in various fields, including marketing. Social media, in particular, with its traits that allows users to give feedbacks, has reshaped the way a business or an organization promote its products. Writers are not the exception as they too rely on social media to promote their books. An example is the Indonesian best-selling author, Marchella FP, who cumulatively has over 3 million followers on her Instagram accounts. Scholars Mangold and Faulds argue that due to social media, the new way to promote a product is to shape the discussions to be favorable towards the business. Mangold and Faulds further argue that there are nine things that a business is able to do to shape discussions. This research paper aims to analyze how the utilization of Instagram helps Marchella to promote her books. Through secondary research and content analysis, it is found that Marchella FP does all of the nine things in her utilization of Instagram and it helps Marchella to shape the discussions and promote her books.