

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Saluran Iklan pada Crowdfunding Platform (Studi Kasus pada Kitabisa.com) = The Using of Social Media as An Ad Channel on Crowdfunding Platform (Case Study of Kitabisa.com)

Irma Saufi Haz, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498933&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial sebagai saluran iklan bagi crowdfunding platform Kitabisa.com untuk menjangkau khalayak sarasanya yang disebut sebagai Orang Baik. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang didukung dengan maraknya penggunaan internet menjembatani lahirnya penggalangan dana berbasis online ini. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, artikel ini mencoba untuk menjelaskan beberapa contoh iklan dari masing-masing media sosial yang digunakan. Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube merupakan media sosial yang dipilih untuk menyampaikan pesan iklan kepada khalayaknya. Penggunaan masing-masing media sosial diperlakukan dengan cara berbeda dan menyesuaikan dengan fitur yang ada di dalamnya. Mengadaptasi dan memanfaatkan emotional appeal, menekankan pada emosi, baik kata-kata dan gambar yang dipilih, Kitabisa.com berhasil menarik perhatian para khalayak sarasanya untuk berdonasi melalui platform miliknya. Penggunaan emotional appeal ini bertujuan agar para sarasanya dapat merasakan kondisi seseorang yang sedang membutuhkan bantuan tersebut. Pada akhirnya, hal tersebut dapat memotivasi mereka untuk melakukan penggalangan dana melalui Kitabisa.com.

This article discusses about the use of social media as an advertising channel for the crowdfunding platform of Kitabisa.com to reach its target audience called Orang Baik. The development of communication and information technology that is supported by the rise of internet usage is bridging the birth of-based online fundraising. By using descriptive qualitative methods, this article tries to explain some examples of advertisements from each of the social media used. Instagram, Facebook, Twitter and Youtube are social media chosen to deliver advertising messages to their audience. The use of each social media is treated differently and in accordance with the features in it. Adapting and utilizing emotional appeal, emphasizing emotions, both the words and images chosen, Kitabisa.com managed to attract the attention of its target audience to donate through its platform. The use of emotional appeal is intended so that the target can feel the condition of someone who is in need of such assistance. In the end, it can motivate them to do fundraising through Kitabisa.com.</p>