

Strategi pemasaran Komunitas PT Xiaomi Technology Indonesia dalam membentuk word of mouth pada Komunitas Merek Mi Fans Indonesia = PT Xiaomi Technology Indonesia's Community marketing strategy in forming a word of mouth in the Indonesian Mi Fans Brand Community

Dava Kharis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20517043&lokasi=lokal>

Abstrak

Makalah ini membahas mengenai kegiatan strategi pemasaran komunitas yang dilakukan oleh Xiaomi Indonesia untuk membentuk word of mouth pada komunitas merek Mi Fans Indonesia. Hal yang melatarbelakangi strategi kegiatan tersebut adalah kehadiran Xiaomi pertama kali di Indonesia di antara pesaingnya dengan anggaran besar, membuatnya memiliki keterbatasan biaya serta munculnya komunitas penggemar merek sebagai momentum. Beberapa kegiatan pemasaran komunitas yang dilaksanakan adalah mengundang komunitas merek ke peluncuran produk, membuat platform khusus di internet untuk berdiskusi, dan membangun infrastruktur berupa tempat berkumpul komunitas mereknya. Makalah ini mendeskripsikan bagaimana Xiaomi Indonesia menjaga hubungan baik dalam wujud komunikasi melalui media daring dan luring untuk membentuk loyalitas dan kepuasan pada komunitas Mi Fans Indonesia, sehingga mereka memiliki perasaan sukarela untuk menyebarkan kebaikan mengenai merek dan produk Xiaomi.

.....This paper discusses the community marketing strategy activities carried out by Xiaomi Indonesia to form word of mouth in the Mi Fans Indonesia brand community. The background for this strategy of activity is the presence of Xiaomi for the first time in Indonesia among its competitors with a large budget, causing it to have limited costs and the emergence of a brand fan community as momentum. Some of the community marketing activities carried out include inviting brand communities to product launches, creating a special platform on the internet for discussions, and building infrastructure in the form of a gathering place for the brand's community. This paper describes how Xiaomi Indonesia maintains good relations in the form of communication through online and offline media to form loyalty and satisfaction in the Mi Fans Indonesia community, so that they have a voluntary feeling to spread goodness about the Xiaomi brand and products.