

Analisis penggunaan social media marketing dalam peningkatan consumer engagement pada kafe nurani bicara di Instagram = Analysis of the use of social media marketing in increasing consumer engagement at Conscience cafes on Instagram

Gracias Theobaldi Pujima S., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524130&lokasi=lokal>

Abstrak

Makalah ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan strategi social media marketing yang dilakukan oleh Kafe Nurani Bicara dan melakukan analisis secara ringkas mengenai consumer engagement pada strategi social media marketing tersebut. Nurani Bicara dalam menghadapi kondisi pandemi dan ketatnya persaingan akibat laju pertumbuhan kafe memutuskan untuk menggunakan strategi social media marketing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah desk research. Terdapat tiga dimensi yang digunakan oleh Nurani Bicara dalam strategi social media marketing-nya, yaitu hiburan, interaksi, dan kekinian. Melalui penggunaan ketiga dimensi tersebut, Nurani Bicara berhasil menciptakan consumer engagement dalam bentuk konsumsi, kontribusi, dan kreasi.

.....This paper aims to describe the usage of the social media marketing strategy implemented by Nurani Bicara Cafe and conduct a brief analysis of the consumer engagement from the social media marketing strategy. Facing the pandemic condition and tough competition on the market, Nurani Bicara decided to use a social media marketing strategy. The method used in this paper is desk research. There are three dimensions that Nurani Bicara used in the social media marketing strategy: entertainment, interaction, and trendiness. Using the three dimensions above, Nurani Bicara has successfully built consumer engagement in the form of consumption, contribution, and creation.