

Analisis Penggunaan Media Sosial oleh Merek untuk Membangun Consumer Engagement (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Netflix Indonesia) = Analysis of Brand Use of Social Media to Build Consumer Engagement (Case Study of Netflix Indonesia's Social Media Accounts)

Agatha Widharini Liatna, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529355&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini sudah banyak layanan video-on-demand (VoD) yang tersedia, salah satunya Netflix. Ketatnya persaingan dalam industri layanan VoD membuat Netflix terus berupaya mempertahankan hubungan dengan para pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Netflix Indonesia menciptakan dan membangun consumer engagement, serta penerapan humor appeal strategy pada kanal media sosialnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Netflix Indonesia melakukan social media marketing dengan memanfaatkan kanal media sosial Facebook, Instagram, dan Twitter, mengunggah dua jenis konten (informatif dan menghibur), dan memperhatikan dua format kreatif konten (vividness dan interactivity) untuk membangun consumer engagement. Selain itu, penerapan humor appeal strategy juga dilakukan Netflix Indonesia dalam bentuk caption dan meme yang bersifat menghibur. Cara-cara yang dilakukan Netflix dapat dilakukan merek untuk mulai menciptakan dan membangun keterlibatan dengan pelanggan melalui media sosial.

.....Currently, there are many video-on-demand (VoD) services available, one of which is Netflix. The intense competition in the VoD service industry makes Netflix continue to strive to maintain relationships with its customers. This study aims to see how Netflix Indonesia creates and builds consumer engagement, as well as applies a humor appeal strategy to its social media channels. The methods used in this research are literature study and content analysis. The results show that Netflix Indonesia carries out social media marketing by utilizing Facebook, Instagram, and Twitter, uploading two types of content (informative and entertaining), and focusing on two creative formats (vividness and interactivity) to build consumer engagement. In addition, Netflix Indonesia also implements humor strategies in the forms of entertaining captions and memes. The methods that Netflix uses can also be applied for brands when creating and building engagement with customers through social media.