

Strategi Relationship Marketing Communication pada Platform Video on Demand Berlangganan di Twitter (Analisis Isi Kualitatif Twitter @Netflixid @Disneyplusid dan @Viu_Id Periode September-Oktober 2022) = Relationship Marketing Communication Strategy on Subscription Video on Demand Platforms on Twitter (Qualitative Content Analysis on Twitter @Netflixid @Disneyplusid and @Viu_Id September-October 2022)

Halimatus Zahro Yananingtyas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516985&lokasi=lokal>

Abstrak

Media entertainment Video on Demand mengalami peningkatan yang pesat yang diawali pada masa pandemi Covid-19. Netflix, Disney+ Hostar, dan Viu sebagai platform Video on Demand berlangganan yang paling populer di Indonesia, dan secara aktif menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi. Namun, penelitian ilmiah terbatas telah dilakukan untuk menciptakan pemahaman komprehensif tentang strategi media sosial sebuah perusahaan pada media sosial tertentu, khususnya di Twitter. Banyak penelitian telah mengusulkan pedoman empiris tentang bagaimana merek harus berkomunikasi dan berinteraksi dengan audiens di platform media sosial. Namun, studi komprehensif yang didasarkan pada sebuah merek yang sukses dan bereputasi masih kurang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menentukan karakteristik pesan yang terdiri dari strategi relationship marketing di Twitter dan komunitas merek online-nya. Secara keseluruhan, ketiga Video on Demand berlangganan menggunakan komunikasi Twitter untuk menerapkan pemasaran hubungan terhadap komunitas merek online-nya dengan berfokus pada tiga area yaitu merek masing masing video on demand, pengikut media sosial merek tersebut, dan topik sosial yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Penelitian ini berkontribusi untuk memperluas pengetahuan tentang strategi Twitter dari platform Video on Demand berlangganan terkemuka dan merinci elemen-elemennya, serta menawarkan tentang strategi yang dapat berfungsi sebagai sebuah model keterlibatan audiens yang berguna untuk media lainnya.

.....The entertainment media Video on Demand has experienced a rapid increase which is expected during the Covid-19 pandemic. Netflix, Disney+ Hostar, and Viu are the most popular subscription Video on Demand platforms in Indonesia, and actively use social media to disseminate information. However, limited scientific research has been conducted to create a comprehensive understanding of a company's social media strategy on specific social media, particularly on Twitter. Many studies have suggested empirical guidelines on how brands should communicate and interact with audiences on social media platforms. However, a comprehensive study based on a successful and reputable brand is lacking. Therefore, this study aims to determine the messaging features that comprise the relationship marketing strategy on Twitter and its online brand community. Overall, the three Video on Demand subscriptions use Twitter communications to apply relationship marketing to their online brand community with a focus on three areas, namely the respective video on demand brands, the brand's social media followers, and social topics relevant to daily life. This research contributes to broadening the knowledge of the Twitter strategy of the Video on Demand platform including its main and detailing its elements, as well as offering an insight into a strategy that can serve as a useful audience engagement model for other mediums.