

Penerapan Advertising Appeals pada Model Perilaku Konsumen AIDA dalam Strategi Pemasaran Aplikasi Bimbingan Belajar: Studi Kasus terhadap Content Marketing Ruangguru = The Application of Advertising Appeals in the AIDA Consumer Behavior Model within the Marketing Strategy of the Tutoring App: A Case Study on Ruangguru's Content Marketing.

Intan Dwi Wahyu Dewanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537113&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ini mengevaluasi cara strategi pemasaran konten Ruangguru dapat mencapai langkah-langkah dalam perubahan perilaku konsumen, mulai dari perhatian (attention), ketertarikan (interest), kemauan (desire), hingga tindakan (action). Pendekatan ini melibatkan pemanfaatan iklan dengan daya tarik yang disesuaikan dengan tujuan kontennya. Ruangguru telah berhasil menerapkan pendekatan yang efektif dalam setiap materi promosinya sesuai dengan maksud pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, terlihat bahwa Ruangguru aktif berinteraksi dengan cerita penggunaannya, menggambarkan bukti nyata keberhasilan dalam penggunaan platform Ruangguru.

.....

This paper analyzes how Ruangguru's content marketing strategy can achieve the stages of consumer behavior from Attention, Interest, Desire, and Action through the use of advertising appeals tailored to the content objectives. Ruangguru has employed a sound approach in each promotional content, aligned with the message goals. Furthermore, Ruangguru appears interactive by featuring user stories, demonstrating tangible evidence of the success of Ruangguru's users.