

Analisis Strategi Marketing Public Relations Untuk Brand Community Engagement pada Perusahaan E-Commerce (Studi Terhadap Komunitas Daring Bukalapak di Media Sosial Instagram @pelapak_bukalapak) = Analysis of Marketing Public Relations Strategies for Brand Community Engagement on E-Commerce Company in Indonesia (Study of Bukalapak Online Community on Instagram @pelapak_bukalapak)

I Gusti Ayu Desier Yolanda Putri Artitayasa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553646&lokasi=lokal>

Abstrak

Bukalapak merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis e-commerce. Sebagai bisnis C to C, Bukalapak memfasilitasi dalam platform komunitas daring bernama Komunitas Bukalapak melalui sosial media Instagram @pelapak_bukalapak. Riset ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan alat dari MPR yang digunakan oleh Komunitas Bukalapak di media sosial Instagram @pelapak_bukalapak. Selain itu, makalah ini juga terdapat ulasan lebih dalam mengenai kaitan strategi MPR yang telah dilakukan dengan Brand Community Engagement. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah konten analisis kuantitatif. Hasilnya, terdapat dua strategi MPR yang digunakan yaitu strategi Pull dan strategi Push. Strategi MPR yang dipakai adalah strategi MPR berdasarkan pemikiran Kotler dan strategi Brand Community Engagement berdasarkan pemikiran Baldus. Dari segi MPR, Informasi yang diberikan adalah informasi mengenai edukasi berbisnis kepada para followers Bukalapak. Dari segi engagement, strategi Push memiliki engagement lebih tinggi dibandingkan strategi Pull melihat jumlah komentar followers yang mendominasi. Masih ada peluang pengembangan strategi Pass karena belum pernah diimplementasikan sebelumnya.

.....Bukalapak is one of the companies engaged in the e-commerce business. As a C to C business, Bukalapak facilitates an online community platform called the Bukalapak Community through social media Instagram @pelapak_bukalapak. This research aims to find out the strategies and tools of the MPR used by the Bukalapak Community on Instagram @pelapak_bukalapak social media. In addition, this paper also contains a more in-depth review of the relationship between the MPR strategy that has been carried out with Brand Community Engagement. The research method used in this research is quantitative analysis content. As a result, there are two MPR strategies used, namely the Pull strategy and the Push strategy. The MPR strategy used is based on Kotler's and the Brand Community Engagement strategy based on Baldus's. In terms of the MPR, the information provided is information about business education to Bukalapak followers. In terms of engagement, the Push strategy has higher engagement than the Pull strategy, seeing the number of followers' comments that dominate. There are still opportunities to develop the Pass strategy because it has never been implemented before.