

Digital Marketing in Social Media Platform and Content Strategy: a Qualitative Study = Pemasaran Digital dalam Platform Media Sosial dan Strategi Konten: Studi Kualitatif

Meutia Arsanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920555119&lokasi=lokal>

Abstrak

Abstrak Berbahasa Indonesia/Berbahasa Lain (Selain Bahasa Inggris):

Teknologi semakin berkembang dan pengguna internet di Indonesia meningkat secara cepat, hal ini juga berefek pada peningkatan penggunaan jejaring online atau media sosial. Para spesialis di bidang pemasaran perusahaan percaya dengan menggunakan media sosial dapat membantu aktivitas pemasaran perusahaan lebih efisien dibandingkan cara sebelumnya. Hal ini dibuktikan dengan mengacu pada riset jurnal sebelumnya yang menyatakan bahwa hubungan penggunaan media sosial dan merk mempunyai efek positif. Namun spesifik riset pada konten dan penggunaan platform media sosial di Indonesia terutama pada industri buah segar masih jarang dilakukan. Sunpride sebagai salah satu perusahaan terkemuka di industri buah, menggunakan kegiatan marketing di online setelah sebelumnya fokus pada kegiatan marketing secara offline. Dengan adanya situasi pandemic, perubahan ini membuat Sunpride harus lebih cepat dalam membangun pemasaran secara digital melalui media sosial. Tujuan studi adalah untuk menganalisa bagaimana persepsi customer Sunpride pada aktivitas sunpride di pemasaran digital. Dan juga memberikan saran pada Sunpride pada pemilihan platform media sosial dan konten yang diberikan ke customer. Studi akan dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Sumber data utama akan didapatkan menggunakan wawancara dan data pelengkap akan dikumpulkan dari media sosial perusahaan terkait. Analisa data akan menggunakan pendekatan analisa konten untuk menetapkan kesimpulan dari hasil wawancara dan menjawab tujuan studi.

.....Technology were emerging and Indonesia Internet user increasing rapidly, this situation also affecting the user of social media. Now a days, many company marketing specialist invested in using social media as part of their marketing activity as they believe this method were more efficient than the conventional way. This was supported by many previous journal had been done that stated there's positive impact in using social media to the Brand. Although specific research about content in social media and social media platform in Indonesia especially for fresh fruit industry are still limited. Sunpride as one of the market leader in Indonesia Fresh Fruit Industry, were shifting their marketing activity to online after has been only focused in offline marketing activity. And with the Pandemic outbreak, this situation urge Sunpride needs to building their digital marketing. the objective of the study to analyze customer perception to Sunpride digital marketing. Also to suggest social media platform and content strategy to be used for Sunpride based on customer perception. The study will be using qualitative study method and data collection were obtain through primary data using direct interview and secondary data will be gathered from company records on social media. The data analysis will be using content analysis approach to interpret the result of the interview and answer the research objectives.