

Penelitian fitur-fitur facebook fanpage yang mempengaruhi sociability suatu online brand community

Ferdinandus V., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283275&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fitur-fitur Facebook Fanpage apa saja yang paling berpengaruh dalam kesuksesan suatu Online Community dilihat dari fungsi sociability, serta mengetahui intensitas penggunaan fitur-fitur tersebut. Pengambilan data dilakukan kepada para anggota Online Brand Community di Facebook Fanpage sebagai responden dan dilakukan dengan dua cara yaitu kuesioner dan studi kasus eye tracking. Sedangkan pengolahan data dilakukan dengan tiga metode, yaitu Confirmatory Factor Analysis (CFA) pada Structural Equation Modeling (SEM), Apriori Data Mining, serta Area of Interest (AOI) pada eye tracking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur Facebook Fanpage yang paling berpengaruh dalam kesuksesan suatu Online Community dilihat dari fungsi sociability adalah Wall Tab, About Fanpage, dan Page Owner. Sedangkan intensitas penggunaan masing-masing fitur tersebut adalah 68,5 %, 1,03 %, dan 1,01 %.

.....The purpose of this research is to find the features that influence the sociability of brand online community, and also to find the utilization of those features. The data was collected from members of certain online communities in Facebook Fanpage, conducted by spreading the questionnaires and eye tracking observation. The data was processed by three kinds of method, which are Confirmatory Factor Analysis (CFA) in Structural Equation Modeling (SEM), Apriori Data Mining, and Area of Interest (AOI) in eye tracking. The result showed the features that mostly influence the sociability of brand online community are Wall Tab, About Fanpage, and Page Owner. Meanwhile, the utilizations of those founded features are 68,5 %, 1,03 %, and 1,01 %.