

Peran dari brand community pada sosial media dalam analisis konsumen dengan brand: Studi kasus pada Facebook fanpage Joko Widodo = Role of brand community on social media in the consumer brand analysis: Case study of Joko Widodo Facebook fanpage / Muhammad Pradana Indraputra

Muhammad Pradana Indraputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413247&lokasi=lokal>

---

Abstrak

[Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan yang terbangun antara merek dan pelanggannya melalui komunitas brand online khususnya facebook fanpage, dalam kasus ini ialah Joko Widodo dan pemilihnya. Bagaimana variabel di dalam fanpage dapat mempengaruhi keinginan untuk memilih Jokowi. Data untuk riset ini diperoleh dengan convenience sampling dan warga JABODETABEK yang menjadi sampelnya, sekitar 320 responden telah diambil untuk menjadi sampel. Tes hipotesis dilakukan dengan menggunakan SPSS 11.5 untuk windows. Penelitian ini menggunakan Facebook fanpage Joko Widodo sebagai salah satu alat kampanye beliau ketika dan setelah pemilu presiden yang lalu. Hasil dari riset ini menunjukkan pada akhirnya komponen ? komponen yang ada dapat mempengaruhi keinginan untuk memilih Jokowi. Hasil yang terdapat pada penelitian ini diharapkan berguna untuk penelitian berikutnya yang membahas kasus ini dan juga memberikan dampak positif terhadap konsultan marketing dan politik dan juga tim sukses dari figure politik dalam mengevaluasi bagaimana mereka manage strategi marketing mereka di media social terutama facebook fanpage.]; The purpose of this study is to recognize how is the relationship that built through online brand community such as facebook fanpage between brand and consumers, in this case Joko Widodo and his voters. How the variables in the fanpage can affect willingness of voters to vote for Joko Widodo. Convenience sampling was used from JABODETABEK and around 320 respondents has been taken. The hypotheses are tested by utilizing regression using the SPSS 11.5 for Windows. This research assesses Joko Widodo Facebook Fanpage as one of his campaign tools during and after the presidential election to gain voters sympathy. The results show that the components in the facebook fanpage in the end affect the willingness to vote of Jokowi's facebook fanpage members. The findings in this research are useful for further research in this topic and also benefit the marketing or politic consultant and political figure's campaign team to make an evaluation of how they manage their marketing strategy in social media especially in facebook fanpage.

, The purpose of this study is to recognize how is the relationship that built through online brand community such as facebook fanpage between brand and consumers, in this case Joko Widodo and his voters. How the variables in the fanpage can affect willingness of voters to vote for Joko Widodo. Convenience sampling was used from JABODETABEK and around 320 respondents has been taken. The hypotheses are tested by utilizing regression using the SPSS 11.5 for Windows. This research assesses Joko Widodo Facebook Fanpage as one of his campaign tools during and after the presidential election to gain voters sympathy. The results show that the components in the facebook fanpage in the end affect the willingness to vote of Jokowi's facebook fanpage members. The findings in this research are useful for further research in this topic and also benefit the marketing or politic consultant and political figure's campaign team to make an evaluation of how they manage their marketing strategy in social media especially in facebook fanpage.

