

Peran PR 2.0 dalam mengatasi trust issue pada e-commerce, suatu tantangan bagi pebisnis online di Indonesia = PR 2.0 role in resolving trust issue on e-commerce a challenge for on-line business in Indonesia

Alviena Refani Noviatianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423912&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Era digital seperti sekarang ini, internet mendorong berkembangnya bisnis berbasis online, yang dinamakan e-commerce. Di Indonesia sendiri tingkat pebisnis online terus meningkat, namun mayoritas masyarakat masih ragu untuk bertransaksi secara online. Salah satu penyebabnya adalah trust issue yang tinggi pada bisnis online akibat tingginya angka cybercrime di Indonesia. Sebagai usaha untuk membentuk dan mempertahankan trust pada bisnis online, pelaku e-commerce mampu melakukan kegiatan PR 2.0 dengan memanfaatkan media sosial. Aktivitas PR 2.0 ini dapat memperkuat brand dan merangkul target pasar. Kegiatan PR modern tersebut ternyata mampu membangun pondasi trust yang kuat demi bisnis online yang berkelanjutan.

<i>ABSTRACT</i>

In this digital era, internet help to develop a new kind of business with online base, that we called e-commerce. In Indonesia, number of online business is keep growing, but the majority of people still have doubt to do online transaction itself. One of the reason is high trust issue because high number of cybercrime cases in Indonesia. To create and maintain trust in online business, people can use PR 2.0 activities by utilize social media. This PR 2.0 can be used as an effort to strengthening their own brand and engage the target market. This modern PR activities can help build strong trust foundation for a more sustainable online business.</i>