

Perilaku Konsumen terhadap Respon Cepat Facebook = Consumer Attitudes towards Quick Facebook Response

Aulia Fairuzannur Yura Rizqullah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424017&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Bear dalam risetnya mengajukan konsep baru yang bisa di gunakan di dalam strategi media sosial dimana kebanyakan dari konsumen online mengharapkan balasan dari sebuah perusahaan dalam durasi waktu 60 menit. Internet telah merubah perilaku konsumen, dimana mereka mengharapkan semua untuk terjadi cepat, gratis, dan sesuai dengan cara yang mereka inginkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan efektivitas dari konsep tersebut melalui kacamata praktik hubungan masyarakat. Menggunakan Acer Indonesia sebagai objek observasi, telah ditemukan bahwa konsep tersebut bekerja dengan lancar yang terbukti memberikan kepuasan konsumen tingkat tinggi dan membangun kesan brand yang bagus. Observasi diselesaikan dengan mengumpulkan data selama 30 hari berturut-turut di bulan November 2015 dari postingan konsumen di halaman Facebook Acer Indonesia.

<hr>

ABSTRACT

Bear's findings on his research propose a new concept to be applied on social media strategy whereby most of the consumers online expect a reply from the company within 60 minutes. The internet has changed the consumer attitude, they want everything fast, free, and the way they want it. This paper examines to prove the effectiveness of the concept through the lenses of public relations practice. Using Acer Indonesia as an object of observation, it has been found that the concept is working seamlessly providing a high customer satisfaction and building a good brand image. The observation was done by collecting data during 30 consecutive days on November 2015 from consumer post on Acer Indonesia Facebook page.</i>