

Efektivitas dari sosial media sebagai perangkat pemasaran: Kasus di Perusahaan Kalbe Nutritionals yang dikelola PT. Cakra Radha Mustika = Effectiveness of Social Media As a Marketing Tool: Case of Kalbe Nutritionals Managed by PT. Cakra Radha Mustika

Adila Clevana Annissa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468402&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan dari studi ini adalah untuk menjelaskan bagaimana usaha pemasaran melalui media sosial berjalan pada perusahaan farmasi, bagaimana pemasaran media sosial dapat mempengaruhi ekuitas merek, dan mengetahui aktivitas- aktivitas yang dilakukan untuk menambah pelanggan perusahaan. Konsep- konsep yang terkait dengan pemasaran melalui media sosial, ekuitas merek dan hubungan keduanya disampaikan dan dibahas dalam bab tinjauan pustaka laporan ini. Pengamatan dan temuan selama magang juga disampaikan dalam laporan ini. Hasil praktek menunjukkan bahwa media sosial dapat memperbaiki ekuitas merek melalui loyalitas merek dan kesadaran merek. Media sosial yang biasa digunakan adalah Situs Web; Facebook; Twitter; dan ; Instagram. Perusahaan harus bisa memilih media sosial yang cocok untuk mempresentasikan produk- produk dengan isi konten yang tepat. Kesalahan dia manajemen media sosial dapat memberikan dampak negatif terhadap perusahaan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how social media marketing works in a pharmaceutical company, social media marketing influence towards brand equity in Kalbe nutritionals, and to understand other activities done to acquire more customers for the company. Concepts related to social media marketing, brand equity and other relationship are introduced and examined in the Literature Review part of the report. The experiences and findings along internship are presented in this report. The practical result indicate that social media can improve brand equity through increase brand loyalty and brand awareness of a product. Social media that commonly used are Web site Facebook Twitter and Instagram. The company should able to choose the right social media that fit with its product and to present the interested conents. The mistake in social media management can make negative impact for the company.