

Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Gen Z ke Gedung Perpustakaan dan Teater Taman Ismail Marzuki = The Influence of Social Media Marketing on Gen Z's Visit Intention to the Library and Theater Buildings at Taman Ismail Marzuki

Raden Arsedean Mikha Imanuel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920539396&lokasi=lokal>

Abstrak

Berkembangnya strategi pemasaran di Indonesia dan seluruh dunia telah membawa dampak signifikan terhadap teknik dan bidang baru dalam mengoptimalkan potensi pasar yang semakin luas. Pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu pilar utama dalam strategi pemasaran digital. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki dan menganalisis dampak positif dari social media marketing terhadap minat berkunjung Generasi Z ke Gedung Perpustakaan dan Teater Taman Ismail Marzuki. Metode kuantitatif dengan pendekatan purposive sampling diterapkan pada 135 responden yang mengisi kuesioner secara daring melalui Google Form. Hasil pengukuran dan analisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa social media marketing memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berkunjung Generasi Z ke dua fasilitas tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman lebih mendalam tentang peran strategi social media marketing dalam menarik perhatian dan partisipasi dari Generasi Z ke gedung perpustakaan dan theater di Taman Ismail Marzuki, serta mendukung pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

.....The evolution of marketing strategies in Indonesia and globally has had a significant impact on new techniques and fields, optimizing the potential of an ever-expanding market. Social media marketing stands out as a key pillar in digital marketing strategies. This research aims to investigate and analyze the positive impact of social media marketing on the interest of Generation Z in visiting the Library and Theater buildings at Taman Ismail Marzuki. A quantitative method with a purposive sampling approach was applied to 135 respondents who filled out an online questionnaire through Google Form. Measurement and analysis of the data were conducted using the SPSS software. The research findings indicate that social media marketing has a significant positive influence on the visitation intention of Generation Z to these two facilities. This study makes a substantial contribution to a deeper understanding of the role of social media marketing strategies in capturing the attention and participation of Generation Z in the cultural and artistic context of Taman Ismail Marzuki, supporting the development of more effective marketing strategies.