

ABSTRAK

Pada era web 2.0, penggunaan internet berkembang pesat dibandingkan web 1.0. Hal ini dibarengi dengan kemajuan teknologi komunikasi seperti seperangkat yang mendukung untuk mengakses *social media*. Sehingga pengguna *social media* merasa dapat melakukan aktivitas sosial tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Perubahan ini mempunyai pengaruh yang signifikan bagi pemirsa televisi dan cara televisi tersebut dalam mempromosikan programnya. Tren terbaru adalah adanya kebiasaan yang disebut dual screen, yaitu orang yang menggunakan internet dan menonton televisi disaat yang bersamaan. Sehingga pengguna *social media* merasa dapat melakukan aktivitas sosial tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai bidang disiplin ilmu, salah satunya adalah pemasaran. Oleh karena itu, munculah bidang disiplin ilmu baru yaitu *social media marketing*. Pengguna *social media*, dari mulai individu, UKM, sampai ke perusahaan-perusahaan besar menerapkan pemasaran melalui *social media*. Salah satu stasiun TV, ANTV, juga menerapkan *social media marketing* pada strategi komunikasi pemasaran programnya yaitu The New Eat Bulaga Indonesia. Penerapan *social media marketing* ini digunakan ANTV dengan harapan meningkatkan rating dan share program, juga meningkatkan awareness pemirsa terhadap program tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif menggunakan evaluasi proses sebuah studi kasus. Penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* merupakan sarana komunikasi pemasaran yang cukup efektif khususnya dalam mencapai *objectives* yang telah ditentukan ANTV. Hal ini berhubungan dengan teori *New Wave Marketing* beserta elemen-elemen *social media marketing*.

Kata Kunci:

social media, social marketing, social media marketing, new wave marketing, ANTV, @whatsonANTV

ABSTRACT

In web 2.0 era, Internet usage activity improving from web 1.0. This improvement is changing the way of internet user to communicate, from one to many become many to many communication. This change have a significant impact for internet users and software developer. And finally social media is born. This improvement is following by technology of communication which is communication device can be use for social media. There is no limitation to communicate using social media.

Social media can be use for any discipline science, one of them is marketing science. From that, social media marketing is born as new discipline science. Social media users doing a marketing using social media marketing, starts from individual to big company. One of the company, ANTV, also doing a social media marketing as its marketing communication strategy. As a TV station, ANTV use other social media integrated as one of their strategy to face the increasing number of competitors in TV Stations, with so, ANTV could survive as a market leader.

The study was conducted with qualitative methods using a case study evaluation process. Research shows that social media marketing is an effective tools to reach the objectives that has been determined by ANTV. This is related to the theory of the New Wave Marketing and also the elements of social media marketing.

Keywords:
social media, social marketing, social media marketing, new wave marketing, ANTV, @whatsonANTV