



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI ADVERTISING &  
MARKETING COMMUNICATION

Nama : Seto Kuncoro  
NIM : 44314110028  
Judul : Strategi Fanpage Facebook Holisticare Ester C Dalam Mendapatkan Followernya Pada Periode Tahun 2014”  
Bibilografi : 5Bab, 79 Halaman, 12 Buku, 2 Jurnal, 7 situs website

### ABSTRAKSI

Pesatnya perkembangan dunia internet dewasa ini telah mengubah perilaku konsumen di Indonesia. Media komunikasi pemasaran mengalami perubahan yang drastis dengan munculnya media-media online baru seperti media situs web, media social twitter, facebook, path, google plus, blog dll masih banyak lagi. Holisticare Ester C sebagai brand single vitamin C melihat ini sebagai sebuah peluang media baru untuk memasarkan dan membangun image produknya, selama ini Holisticare Ester C melakukan kegiatan komunikasi pemasaran melalui media konvensional Above the line seperti iklan televisi, radio, print ad dan below the line seperti brosur, flyer, iklan stiker bus dan lain lain.

Dalam penelitian ini, teori yang di gunakan mengacu pada teori marketing media sosial dari Dan Zarella yang menggambarkan gimana memanfaatkan media sosial menjadi media untuk mengumpulkan massa (*follower*) dan di dimanfaatkan untuk media komunikasi pemasaran.

Metode Penelitian yang di gunakan adalah kualitatif. Data yang di kumpulkan adalah berupa data gambar dan kata-kata, hal ini di sebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Dengan metode penelitian ini peneliti melakukan wawancara yan dilakukan kepada narasumber dari tim digital Holisticare Ester C dan beberapa follower fanpage facebook Holisticare Ester C.

Peneliti menemukan bahwa tujuan Holisticare Ester C membuat fanpage facebook adalah untuk mencari konsumen yang loyal terhadap vitamin C Holisticare Ester C dan menjadi tempat atau wadah buat mereka berkomunikasi dan berinteraksi antara konsumen dengan brand. Dan strategi yang di gunakan sangat menarik serta manfaat yang bisa di gunakan jika fanpage facebook sebuah brand sudah besar sangat luas sekali, dapat digunakan untuk media komunikasi promosi, infomasi produk, pelayanan konsumen, public relation dan lain-lain.