FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) ERIC (915160047)

(B) VIRAL MARKETING MELALUI KONTEN DIGITAL (STUDI KASUS NETFLIX SERIAL STREET FOOD LUPIS MBAH SATINEM) (C) xiii hlm, 2020, 1 tabel, 22 gambar, 18 lampiran.

(D) ADVERTISING

Abstrak

Viral Marketing, merupakan teknik pemasaran yang mengandalkan kemajuan teknologi seperti internet dalam menyampaikan konten untuk menarik minat khalayak. Dalam proses penjualan Lupis Mbah Satinem turut didukung oleh Viral Marketing yang disebabkan dari konten digital Netflix berupa Serial Street Food. Adapun maksud dari penelitian tersebut untuk mengetahui efek yang terjadi dari dipublikasinya Serial Street Food Episode Yogyakarta terhadap penjualan dari Lupis Mbah Satinem. penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif yang menggunakan metode studi kasus.teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Viral Marketing, Konten Digital, Iklan dan Komunikasi Massa, New Media dan Film Dokumenter.penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan informan kunci dan informan, observasi partisipan, studi pustaka, dan dokumentasi untuk pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini adalah serial Street Food dari Netflix turut membentuk efek Viral Marketing yang meningkatkan penjualan dari Lupis Mbah Satinem.

Kata kunci: Viral Marketing, Konten Digitial, New Media, Film Dokumenter, Netflix.