

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi komunikasi mengakibatkan perusahaan harus melakukan berbagai macam inovasi dalam melakukan pendekatan terhadap konsumennya. Dengan berkembangnya teknologi tersebut, kebebasan dan kemudahan mengakses informasi memberikan sajian informasi yang sangat banyak. Audiens juga mulai melakukan filterisasi pesan dengan memilih beberapa pesan yang kredibel dan memiliki nilai. Melihat fenomena tersebut, perusahaan atau produk mulai mencari cara untuk menyampaikan pesannya melalui metode pendekatan yang efektif dan efisien. Narasi merupakan jalan keluar bagi semakin banyaknya sajian informasi yang bahkan audiens pun belum tentu tertarik untuk mengingat pesan tersebut. Melalui narasi, sudut pandang penyampaian pesan dibawakan menggunakan perspektif bercerita yang terstruktur dan dilain hal mampu memberikan nilai terhadap produk atau perusahaan yang diceritakan.

Penelitian ini mengambil studi kasus pada PT Nestlé Indonesia karena perusahaan tersebut merupakan yang sudah cukup lama bergerak pada bidang nutrisi dan keafiatan yang juga sudah menaruh perhatian kepada perkembangan media dan audiens. Fokus dalam penelitian ini adalah Dancow Parenting Center sebagai salah satu bentuk pendekatan terhadap konsumen yang banyak mengusung unsur narasi. Pendekatan konsumen tersebut menjadi kajian yang menarik karena kemudian perputaran informasi dalam fanpage tersebut sangat unik dengan adanya interaksi yang cukup banyak antara audiens dengan produk melalui pendekatan storytelling. Dancow Parenting Center sebagai salah satu program yang mengusung kepedulian terhadap tumbuh kembang anak, membuka kesempatan kepada audiens untuk mengungkapkan berbagai pengalaman dan keluh kesahnya seputar masalah parenting melalui media sosial. Dengan mendengar para audiens tersebut, Dancow Parenting Center mencoba menjalin hubungan dengan audiens dan menjaga audiens untuk selalu mendapatkan informasi seputar ilmu parenting.

Penelitian ini difokuskan untuk melihat praktik penggunaan storytelling dalam penyampaian pesan melalui fanpage Dancow Parenting Center kemudian memetakan bagaimana pembentukan pesan, eksekusi pesan, evaluasi, dan implikasi dari pesan melalui pendekatan storytelling tersebut melalui media sosial facebook. Data penelitian ini akan diperoleh melalui wawancara mendalam baik dengan pihak perusahaan maupun pihak audiens, melakukan observasi langsung terhadap fanpage Dancow Parenting Center, dan analisis pesan dari laman tersebut.

Kata Kunci: *storytelling, pesan, strategi komunikasi, media sosial, implikasi pesan*

ABSTRACT

Development of communication technology resulted in the company having to do a wide range of innovation in approach towards its customers. With the development of the technology, the freedom and ease of access to information provide the diversity of information. Audiences also starting to filter messages by selecting multiple messages that are credible and valueable. Viewed such phenomena, the company or the product began looking for a way to convey his message through method of approaches which is effective and efficient. Narrative is the conclusion for the growing number of information even any audience not necessarily interested in considering the message. Through narration, the viewpoint of the delivery of the message was presented using a structured storytelling perspective and on the other it is able to provide the value of the product or company.

This research takes the case study on PT Nestle Indonesia because the company is already experienced in infant and nutrition cases are also already paid attention to the development of media and audiences. The focus in this study is Dancow Parenting Center as one of the approaches example to the many consumers who brings the element of narrative. The consumer approach becomes compelling study because the rotation of information in the fanpage so unique with the interaction between the audience and products through storytelling approach. Dancow Parenting Center as one of the programs that brings awareness of the growth aspect of children, gave the opportunity to the audience to tell the experiences or complaints about parenting issues through social media. By hearing the audience, Dancow Parenting Center try to manage the relationship with the audience and keep the audience stay informed about parenting skills and stuffs.

This study is focused to see practices the use of storytelling in delivering a message through Dancow Parenting Center's fanpage, then mapped out how the process of creating the messages, the execution, evaluation, and the implications of a message through the storytelling approach in social media. This research data will be obtained through in-depth interviews with both parties as well as company parties audience, doing observation directly against Dancow Parenting Center's fanpage, and analyze the message from the page.

Keywords: *storytelling, message, communication strategy, social media, the implications of the message*