

ABSTRACT

This research discusses about post production on social media of service company Titip Jepang. In order to achieve its marketing objectives, Titip Jepang communicates their services through various social media, including Facebook. Titip Jepang operates online within 24 hours and has been running for two years. In managing their Facebook accounts that are continuously active all the time, the company certainly has a special mechanism in the production of their message through an interesting post for research. This research is important to analyze the process of message production in social media Facebook Titip Jepang's post to communicate their various service.

The methodology used in this study is the case study method with a descriptive qualitative approach. Design of case studies used in this study was a single case study with single-level analysis. Data collection is done based on participative observation, interviews, documentations and the literatures. The research data collected will be analyzed by pattern matching techniques of data analysis. So that the methodology is expected to produce findings about the process of producing message in social media Facebook Titip Jepang's post that can be used by academic and practitioners of social media marketing communication.

Keywords: Marketing Communication, Social Media, Message Production, Facebook.

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas tentang produksi post pada media sosial perusahaan jasa Titip Jepang. Dalam upaya mencapai tujuan pemasarannya, Titip Jepang mengkomunikasikan layanan mereka melalui berbagai media sosial, termasuk Facebook. Titip Jepang beroperasi secara *online* dalam waktu 24 jam dan telah berjalan selama dua tahun. Dalam mengelola akun Facebook mereka yang terus menerus aktif sepanjang waktu, perusahaan ini tentu memiliki mekanisme khusus dalam produksi pesan mereka melalui post yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis proses produksi pesan dalam post media sosial Facebook Titip Jepang yang dilakukan untuk mengkomunikasikan berbagai layanan mereka.

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Desain studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus tunggal dengan single level analysis. Pengumpulan data dilakukan berdasar pada studi pustaka, dokumentasi, observasi partisipan, dan wawancara. Data penelitian yang berhasil dikumpulkan nantinya akan dianalisis dengan teknik analisis data *pattern matching*. Sehingga dengan metodologi tersebut diharapkan mampu menghasilkan temuan tentang proses produksi pesan dalam post media sosial Facebook Titip Jepang ini yang dapat dimanfaatkan oleh akademisi maupun praktisi komunikasi pemasaran media sosial.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Produksi Pesan, Facebook.