

ABSTRAK

Situs web berbagi video telah menjadi saluran penting bagi setiap netizen, di Indonesia memiliki 129,2 Juta jiwa yang setiap harinya terhubung dengan media sosial, dengan YouTube media sosial yang dikunjungi sebanyak 14,5 juta jiwa.

Di Indonesia sendiri, pada Januari 2016 hadir MeTube dibentuk PT Global Mediacom, Tbk. PT Global Mediacom, Tbk sendiri adalah subsidiary dari PT Media Nusantara Citra, Tbk. sama seperti YouTube, MeTube memberikan anda pengalaman digital seperti live streaming video, dll. Bedanya MeTube juga dapat live event, competition & audition, dan live TV MNC Group Channels (RCTI, GlobalTV, MNCTV, INewsTV dan Saluran MNC) dengan berbagai konten dan program).

Kehadiran MeTube menjadikannya pilihan lain bagi konsumen Indonesia pada pasar situs web berbagi video (platform video sharing), ada Vidio dan Zulu yang menjadi kompetitor MeTube secara langsung.

Menurut Bapak Wendy Warisman Business Development MeTube, tahun ini MeTube masih fokus pada generate traffic (UV dan PV), belum pada generate revenue. Pada tahun 2017 MeTube sudah menentukan targetnya, namun sampai dengan bulan Juni ini target tersebut belum tercapai, bahkan 30% (menurut informasi dari Bapak Wendy Warisman Business Development MeTube) pun tidak tercapai.

Melihat kendala yang dihadapi MeTube, peneliti mencoba untuk menganalisa dan memberikan strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh MeTube untuk meningkatkan traffic (UV dan PV). Metode yang akan digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif.

Kata kunci : MeTube, bauran komunikasi pemasaran, situs web berbagi video, deskriptif kualitatif

ABSTRACT

The video sharing website has become an important channel for every netizen, in Indonesia has 129.2 Million people every day connected with social media, with 14.5 million visited YouTube social media.

In Indonesia, January 2016, MeTube was formed by PT Global Mediacom, Tbk. PT Global Mediacom, Tbk is a subsidiary of PT Media Nusantara Citra, Tbk. Just like YouTube, MeTube gives you digital experiences like live streaming video, etc. The difference MeTube can also live events, competition & audition, and live TV MNC Group Channels (RCTI, GlobalTV, MNCTV, INewsTV and MNC Channels) with various content and programs).

The presence of MeTube makes it another choice for Indonesian consumers in the market of video sharing websites, there are Vidio and Zulu who become MeTube competitors directly.

According to Mr. Wendy Warisman Business Development MeTube, this year MeTube is still focused on generating traffic (UV and PV), not on revenue generated. By 2017 MeTube has set its target, but by June this target has not been reached, even 30% (according to information from Mr. Wendy Warisman Business Development MeTube) was not reached.

Looking at the constraints facing MeTube, researchers are trying to analyze and deliver marketing strategies that MeTube can use to increase traffic (UV and PV). The method to be used is descriptive qualitative research method.

Keywords : MeTube, integrated marketing communication, platform video sharing, descriptive qualitative