

INTISARI

Penggunaan internet sudah tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kepentingan bisnis maupun untuk bersosialisasi. Penggunaan email dalam berkoresponden baik untuk kepentingan pribadi maupun bisnis telah menjadi suatu kegiatan yang umum di dalam masyarakat umum maupun di dalam dunia bisnis. Begitu juga dengan perkembangan media sosial, yang tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi tetapi juga dimanfaatkan untuk memasarkan produk. *Word-of-Mouth* yang merupakan salah satu strategi marketing telah berkembang hingga menjadi *electronic Word-of-Mouth* (eWoM) dengan memanfaatkan keberadaan email dan media sosial. Penelitian ini merupakan studi kasus untuk PT Esplanade Teknologi Indonesia dalam memasarkan produk OmegaSoft Cloud, yang berfokus pada strategi pemasaran viral marketing melalui email dan media sosial. Dalam mencapai tujuan tersebut penelitian ini membahas perilaku dari pengguna produk OmegaSoft Cloud dan calon konsumen dari OmegaSoft Cloud terkait dengan penggunaan email dan media sosial serta desain sistim viral marketing yang sesuai dengan perilaku tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data yang didapat dari hasil wawancara, analisis dokumen dan observasi. Responden dari penelitian dibagi menjadi dua kategori yaitu kategori pengguna OmegaSoft Cloud dan bukan pengguna OmegaSoft Cloud, yang dimana pada masing-masing responden tersebut merupakan pelaku bisnis baik berskala kecil maupun menengah. Hasil dari penelitian ini adalah suatu desain sistim viral marketing yang dimulai dari “*seeder*” hingga mencapai target “*receiver*”.

Kata Kunci: *viral marketing, interactive marketing, e-marketing, Word-of-Mouth, online marketing, electronic referrals.*

ABSTRACT

Using the internet in daily live, it's become a common thing for business purpose or socialize with the others. The usage of email for correspondent in business or private also a common activity for people nowadays. Including social media that have been growth not just for socialize with others but also for become an electronic market, where people can offer their product to other people. Word-of-Mouth, one of marketing strategic, has been evolved into electronic Word-of-Mouth (eWoM) using email and social media figures. This research is a study case for PT Esplanade Teknologi Indonesia in selling their product, OmegaSoft Cloud, and focus on viral marketing strategy through email and social media. Therefore, to achieve these objective this research discussed about the behaviour of OmegaSoft Cloud user and OmegaSoft Cloud non user, in the usage of email and social media, also about the design of viral marketing system. This qualitative research method used data sources obtained from interviews, document analysis, and observation. There two category of respondents, the user of OmegaSoft Cloud and non user of OmegaSoft Cloud, which is all of them is the business owner from small until medium business. The result from this research is a viral marketing system design, start from the "seeder" until reach the target "receiver".

Keywords : viral marketing, interactive marketing, e-marketing, Word-of-Mouth, online marketing, electronic referrals.

