

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pandangan mengenai jenis kriteria apa yang harus difokuskan oleh perusahaan Agility Startup untuk meningkatkan strategi pemasaran media sosial mereka. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pandangan ringkas mengenai jenis Indikator Kinerja Utama apa yang harus dilihat untuk memberikan gambaran mengenai kinerja perusahaan dalam upaya pemasaran media sosial mereka. Untuk melengkapi penelitian ini, penulis menggunakan studi kepustakaan dengan menggunakan berbagai sumber seperti jurnal dari Saxon Library, Google Scholar, dan Elsevier.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Agility Startup harus fokus pada berbagai jenis faktor untuk setiap platform media sosial yang mereka gunakan, dengan beberapa tumpang tindih antara masing-masing program pada KPI. Perusahaan juga harus melihat faktor-faktor lain yang berbeda pada pengguna pemasaran media sosial.

Kata kunci: Pemasaran media sosial, indikator kinerja utama, kesadaran merek

