

Analisis aktivitas media twitter Bank BNI 46 dalam pelaksanaan customer relations : studi pada akun twitter Bank BNI 46 @BNI46 = Activity analysis of BNI 46 Bank's twitter media in the implementation of customer relations : studies on BNI 46 Bank's twitter account @BNI46

Tasya Adisti Susilo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20317948&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring perkembangan teknologi komunikasi, dunia public relations bertransformasi menuju arah yang lebih dinamis dan cepat. Memanfaatkan kelebihan platform digital dan menggunakan media sosial seperti Twitter, public relations officer (PRO) saat ini seolah difasilitasi untuk bisa berkreasi dalam melaksanakan perannya di perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas sebuah akun Twitter milik perusahaan perbankan yaitu Bank BNI 46 sebagai wujud pelaksanaan customer relations. Bank BNI 46 dipilih karena menjadi pelopor pengguna social media dan memiliki akun Twitter paling aktif dengan jumlah followers terbanyak dibandingkan perusahaan perbankan lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis percakapan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Twitter sebagai sarana pelaksanaan customer relations terbukti menjanjikan dalam menumbuhkan keterikatan antara perusahaan dengan customer-nya. Namun dibutuhkan suatu langkah yang lebih strategik lagi agar manfaat dari Twitter ini bisa lebih optimal.

<hr>As the development of communication technology, the public relations's world has transformed into a more dynamic and fast. Utilize the advantages of digital platforms and also using social media such as Twitter, public relations officer these days as facilitated to be creative in carrying out its role in the company. This study aims to determine the activities of a banking company's Twitter account which is BNI 46 Bank as a form of implementation of customer relations. BNI 46 Bank was chosen for being the pioneers of social media users and has the most active Twitter account with the number of followers than any other banking companies. This research used a qualitative approach using the method of conversation analysis. The findings of this research indicate that the use of Twitter as an implementation of customer relations proved a promising in a growing attachment between the company and its customers. But also needs a more strategic moves in order to get this Twitter's advantages optimally.