

Analisis customer engagement national geographic indonesia = Customer engagement analysis of national geographic indonesia

Karina Rizky Puteri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368889&lokasi=lokal>

Abstrak

Perusahaan perlu memelihara hubungan dengan pelanggannya dan humas memiliki peranan yang penting dalam hal tersebut. Adanya new media dapat membantu humas untuk melakukan peranannya, salah satunya adalah customer relations untuk mencapai customer engagement. Customer Engagement adalah tingkat yang ditandai dengan adanya partisipasi pelanggan dalam hubungan mereka dengan organisasi yang berupa partisipasi fisik, kognitif, dan emosional (Patterson, 2006). Untuk mencapai customer engagement tersebut, perusahaan dapat melakukan Customer Relationship Management (CRM) dengan memanfaatkan media sosial, seperti Facebook, Twitter, YouTube, Blog, dsb.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat cara National Geographic Indonesia melakukan customer relations melalui Twitter. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah cara National Geographic Indonesia memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi, seperti media sosial untuk memperkuat ikatan dengan pelanggannya. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis konten dan analisis kualitatif semiotika pada akun Twitter National Geographic Indonesia (@NGIndonesia) dengan melihat cara yang dilakukan National Geographic Indonesia dalam berinteraksi dengan pelanggannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis customer engagement National Geographic Indonesia adalah jenis vertical engagement yang dapat dilihat dari adanya komunikasi dua arah dan menunjukkan bahwa National Geographic Indonesia sudah baik dalam mengelola hubungan dengan pelanggan sehingga tercipta customer engagement yang berujung kepada partisipasi dan loyalitas pelanggan.

.....

Company need to maintain relationship with customers and public relations officer of the company has the important role. The existence of new media can help public relations officer perform that role, one of them is customer relations to achieve customer engagement. Customer Engagement is a level of a customer's various "presence" in their relationship with a service organisation including physical presence, emotional presence and cognitive presence (Patterson, 2006). To achieve customer engagement, company could perform Customer Relationship Management (CRM) with utilizing social media such as Facebook, Twitter, YouTube, Blog, etc.

This research aims to analyze how National Geographic Indonesia does customer relations through Twitter. The major issue in this study is how National Geographic Indonesia utilize the advancement of communication technology like social media, to reinforce the engagement with customers. Qualitative approach using content analysis and semiotic analysis method of National Geographic Indonesia's Twitter account (@NGIndonesia) used to see how National Geographic Indonesia interacts with its customers.

The result shows that the type of customer engagement of National Geographic Indonesia is vertical engagement which can be seen from two-way communication and National Geographic Indonesia shows good performance in managing relationship with customers that leads to participation and customer's loyalty.