

Analisis customer engagement klub sepakbola Arsenal melalui media twitter = Customer engagement analysis of Arsenal football club twitter

Teguh Rendy Willyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368894&lokasi=lokal>

Abstrak

Teknologi telah berkembang pesat. Hal ini dapat dibuktikan oleh perkembangan internet dalam beberapa dekade terakhir. Internet kini dapat memfasilitasi kebutuhan manusia akan komunikasi, contohnya adalah melalui media sosial twitter. Kesederhanaan konsep dalam twitter menjadi kelebihan yang membuat media sosial ini ramai digunakan oleh banyak orang dari seluruh penjuru dunia. Twitter sangat efektif untuk menyampaikan informasi dan menjalin hubungan dengan publik. Kelebihan tersebut kini dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan guna meningkatkan kinerja mereka dalam dunia bisnis, khususnya dalam menjalin hubungan dengan customer.

Dalam penelitian ini pengamatan dilakukan terhadap akun twitter resmi klub sepakbola Arsenal selama periode 15 hari. Analisis yang dilakukan akan mengacu pada model praktik humas dari Grunig dan tahapan proses customer engagement dari Dave Evans. Dilihat dari model praktik humas Grunig Arsenal masih dominan menggunakan model press agentry yang merupakan model komunikasi satu arah. Sementara dilihat dari pertahapan customer engagement Dave Evans, tweet-tweet Arsenal masih dominan berada pada tahapan consumption yang merupakan tahapan paling rendah. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa klub ini belum melakukan customer engagement dengan baik.

Technology has been growing rapidly. It can be seen from the development of internet itself for the las few decades. By using internet, people can connect with each other, Twitter for example. It is nowadays used by almost every body in this world. Twitter is so effective to spread news and make relationship with public. Many companies use Twitter to maintain their business progress, especially to communicate with customers.

In this research, Arsenal FC official Twitter had been observed for 15 days. The analyse will be referred to PR practice model from Grunic and customer engagement level from Dave Evans. Arsenal's account tweets are still dominant in consumption level, which is the lowest. Those two things show that this football club hasn't done the customer engagement well.