

Analisis customer relationship management brand Women Rejuvenation Program (WRP) melalui media sosial twitter = Customer relationship management analysis of Women Rejuvenation Program (WRP) brand through social media twitter

Dheanissa Mardhini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368907&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan Karya Akhir ini membahas mengenai penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Brand Product Women Rejuvenate Program (WRP), yang merupakan Salah satu Top Brand dari PT Nutrifood Indonesia. Pada Era Kemajuan Teknologi ini informasi terkait perusahaan, produk, maupun jasa dapat dengan mudahnya diakses oleh masyarakat melalui penggunaan media sosial. Maka dari itu Peneliti dengan objek penelitiannya yakni @WRPdiet ingin mengetahui Bagaimana bentuk komunikasi media Twitter WRP dengan followers dalam mengidentifikasi implementasi customer relationship management, bertujuan untuk mengamati bentuk komunikasi Publisitas yang terjadi dalam Twitter WRP. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif isi (content analysis), dengan menggunakan teknik semiotik. Penerapan CRM dari Brand WRP dengan menggunakan media sosial Twitter. Hasil penelitian menunjukkan WRP dekat dengan target khalayaknya, mengetahui timbal balik dari followers, dapat melakukan komunikasi dua arah dengan publik, menjaga relationship dengan pelanggan, serta dapat mempengaruhi opini publik khususnya konsumen melalui publikasi.

This research explains about Customer Relationship Management (CRM) implementations on Brand Product Woman Rejuvenate Program (WRP) which is one of Top Brand from Nutrifood Indonesia. In this Global Era, the informations about company, products, and services are such things that we can get easily by social media. Therefore Researcher found @WRPdiet as an object for the aim of this research, So the first is how does the communication form between WRP's Twitter and its followers in order to identify customer relationship management implementation. This research method is content analysis and also using semiothic technique. The implementation of WRP's CRM by using social media, Twitter. The results of this research shows that WRP has close relationship with the target market, know the feedback from followers, there's a two-ways communication with the publics, maintaining the long term relationship with the customer, and at last WRP could be an influencer in making public opinion especially to the customer by using good publicity.