

# Analisis penerapan customer relationship management PT Java Musikindo melalui media sosial twitter = Customer relationship management analysis of PT Java Musikindo through twitter as the social media

Karina Ferdiana Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368910&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Semakin ketatnya persaingan usaha dalam berbagai bidang industri menyebabkan para pelaku bisnis dihadapkan pada upaya pengambilan keputusan yang tepat. Di tengah persaingan bisnis saat ini, perusahaan-perusahaan besar mulai mengalihkan perhatian mereka dari sekedar mengembangkan produk unggul menjadi penciptaan layanan dan hubungan yang baik dengan pelanggannya. Hal ini dilakukan dengan suatu kesadaran bahwa hubungan dengan pelanggan sangatlah penting dalam menciptakan perkembangan dan keberlangsungan perusahaan.

Penerapan Customer Relationship Management merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan demi mencapai tujuan tersebut, yakni menjaga loyalitas serta memperoleh pelanggan baru. Hal ini turut disadari oleh PT Java Musikindo yang merupakan salah satu perusahaan terbesar dalam bidang industri hiburan di Indonesia. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) dianggap penting untuk dilakukan terutama pada zaman modernisasi saat ini, khususnya melalui media sosial. Permasalahan muncul terkait dengan cara dan keefektifan penerapan CRM melalui media sosial twitter yang dilakukan oleh perusahaan.

Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisa kegiatan perusahaan dalam melakukan penerapan CRM melalui twitter. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan melakukan studi kepustakaan dan analisa pada akun twitter PT Java Musikindo selama periode waktu yang telah ditentukan. Hasil penelitian yang dilakukan kemudian menunjukkan bahwa pemanfaatan twitter untuk penerapan CRM dinilai sebagai suatu strategi yang efektif bagi keberlangsungan perusahaan.

*When it leads to the more high competitive business at the various fields of industry, the top management are faced to choose the right decision-making for the company. In the midst of today's competitive business, some of the large corporations began to turn their attention from merely developing superior products and services into the creation of a good relationship with its customers. It comes with an awareness that the relationship with the customer is essential in creating the development and sustainability of the company.*

The implementation of customer relationship management is an effort made by the company in order to achieve these objectives, maintaining loyalty and acquire new customers. It is also recognized by PT Java Musikindo as one of the biggest companies for the entertainment industry in Indonesia. The application of customer relationship management (CRM) is really the important thing to do for today's era of modernization, especially through social media. The problem appears that related to how exactly the process itself and the effectiveness during the implementation of CRM through twitter as the social media which undertaken by the company.

The aim of the study was to analyze the activities of the company during the implementation of CRM through twitter. This is a qualitative research by conducting the literature study and the analysis of PT Java

Musikindo twitter account during a specified period of time. At the final, results of this research showed that the use of twitter for the implementation of CRM is considered as a truly effective strategy for the company itself.</i>