

Penggunaan selebriti Korea Selatan dalam meningkatkan customer engagement tokopedia di media sosial twitter = The use of South Korean celebrities in increasing tokopedia's customer engagement on social media twitter.

Yayuk Fitriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516076&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi dan media kini menyebabkan terjadinya perubahan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dunia industri. Bisnis mulai merambah menuju digital, baik dalam cara penjualan maupun promosi. Salah satunya muncul sektor industri E-Commerce seperti Tokopedia dan berbagai kompetitor lainnya. Dalam menghadapi persaingan bisnis tersebut setiap perusahaan berusaha melakukan strategi komunikasi terbaik untuk menarik perhatian pelanggan. Salah satu cara yang sering digunakan yaitu dengan menerapkan customer relationship management (CRM) di media sosial. CRM dapat membantu perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan dan mendorong customer engagement. Demi tercapainya tujuan tersebut, perusahaan biasanya bekerja sama dengan celebrity endorser agar pesan yang ingin disampaikan melalui berbagai media dapat mencapai publik yang luas. Tujuan penulisan makalah ini adalah untuk menjelaskan usaha Tokopedia dalam menerapkan CRM di media sosial Twitter dengan bantuan celebrity endorser untuk meningkatkan customer engagement. Metode yang digunakan adalah analisis konten pada akun Twitter @tokopedia. Berdasarkan analisis tersebut ditemukan bahwa akun @tokopedia telah menerapkan CRM dengan baik, namun cenderung fokus kepada marketing saja. Jenis konten yang diunggah beragam, namun jumlah dan jenis engagement dalam setiap konten berbeda-beda. Engagement tinggi umumnya ada pada konten-konten yang terkait dengan selebriti asal Korea Selatan sebagai endorser.

.....The rapid growth of technology and media now led to changes in various field of life, including industry. Business are starting to go digital, both in terms of sales and promotion. One of example is E-Commerce industry has emerged, such as Tokopedia and other competitors. In facing this business competition, every company tries to implement the best communication strategy to attract customer's attention. One method that often used is by implementing customer relationship management (CRM) on social media. CRM helps companies to build good relationships with their customers and encourage customer engagement. In order to achieve these goals, companies usually work with celebrity endorser so the messages they want to convey through various media can reach wide publics. The purpose of writing this paper is to explain Tokopedia's efforts in implementing CRM on Twitter with the help of celebrity endorsers to increase customer engagement. The method is content analysis on @tokopedia Twitter account. Based on this analysis, the result is @tokopedia has implemented CRM quite well, but tends to focus only on marketing. The types of content uploaded vary, but the number and type of engagement in each content varies too. High engagement generally exists on content related to South Korean celebrities as endorsers.