

Analisis customer relation management dalam penggunaan media baru : studi kasus Pondok Indah mall = Analysis customer relation management in using new media : study case Pondok Indah Mall

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367334&lokasi=lokal>

Abstrak

[The development of technology has become one of main reason for public relations in execute their role as customer relation. Public relations also have to follow the development of technology with the aim of obtaining

new lines of communication that are effective and easy to engage with the public. The uses of social networks

such as Twitter and Facebook have become the important part in carrying out the activities of today's society.

Therefore, the authors plan to conduct analysis which focuses on customer relation management in a company

by using new media such as social networking. The focus of issues raised is how companies maintain the loyalty

of existing customers. The analysis was conducted in order to determine the increase in the number of customers

who are loyal in following all the latest information regarding developments or companies via social media twitter. In knowing how effective communication of public relations in using social media twitter as a communication tool, the method used is to perform content analysis on the number of followers and tweets companies. The result is an active activity in twitter and the response from consumer so forth foster loyalty to the

company. Emerging sense of confidence that comes from customer satisfaction with the value of the company

into the success in maintain relationship that built in stages. The Company strives to maintain their commitment

by continuing to interact and build relationship between them and company. Commitment of Pondok Indah Mall

seen from the mutuality control applied to maintain its image in the public's eye., Perkembangan teknologi komunikasi menjadi satu alasan kuat peran public relations dalam menjalankan peran

customer relation sangat penting. Public relations juga harus mengikuti perkembangan teknologi informasi dengan tujuan memperoleh jalur komunikasi baru yang efektif dan mudah dalam melakukan pendekatan dengan

publik. Penggunaan jejaring sosial seperti Twitter dan Facebook menjadi salah satu bagian penting dalam menjalankan aktivitas masyarakat saat ini. Oleh karena itu, penulis berencana untuk melakukan analisis public

relations yang berfokus pada customer relation management di suatu perusahaan dalam menggunakan media baru berupa jejaring sosial berbasis twitter. Fokus permasalahan yang diangkat yaitu bagaimana perusahaan

mempertahankan loyalitas dari pelanggan yang sudah ada. Analisis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui

peningkatan jumlah pelanggan yang loyal dalam mengikuti segala perkembangan atau informasi terbaru mengenai perusahaan via jejaring sosial twitter. Dalam mengetahui seberapa efektif komunikasi dari public relations dalam penggunaan jejaring sosial twitter sebagai alat komunikasi, metode yang digunakan adalah melakukan analisis konten pada jumlah followers & tweets perusahaan. Hasilnya adalah aktivitas yang aktif dalam twitter dan respon balik dari pelanggan sehingga menumbuhkan loyalitas kepada perusahaan. Rasa kepercayaan yang muncul berasal dari kepuasan pelanggan terhadap perusahaan menjadi nilai keberhasilan sebuah hubungan yang dibangun secara bertahap. Perusahaan berupaya untuk menjaga komitmen mereka dengan

cara terus berinteraksi dan membangun hubungan antara mereka dan perusahaan. Komitmen dari Pondok Indah

Mall dilihat dari kontrol mutualitas yang diterapkan untuk mempertahankan citra di mata publik.]