

Analisis customer engagement Raditya Dika melalui akun twitter @radityadika = Analysis customer engagement of Raditya Dika through twitter account @radityadika

Budiharjo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368989&lokasi=lokal>

Abstrak

Pelanggan merupakan hal yang penting dalam bisnis. Untuk menjaga pelanggan tetap setia pada produk atau pun perusahaan kita, diperlukan suatu keterlibatan pelanggan (Customer Engagement). Keterlibatan Pelanggan bukan hanya perlu dilakukan oleh suatu produk atau perusahaan, tetapi juga dilakukan oleh politisi, selebritis, atau pun tokoh masyarakat. Dengan adanya teknologi digital, saat ini keterlibatan pelanggan bukan hanya bisa dilakukan melalui kegiatan yang harus bertatap muka. Untuk menjaga keterlibatan pelanggan bisa dilakukan melalui media sosial Twitter. Raditya Dika merupakan seorang penulis, sutradara, dan juga aktor. Raditya Dika sebagai figur publik pun harus bisa menjalankan keterlibatan pelanggan melalui twitter. Saat ini Raditya Dika sangat aktif di sosial media twitter. Dengan aktifnya Raditya Dika, Bukan berarti keterlibatan pelanggan yang dilakukan Raditya Dika sudah baik. Makalah ini bertujuan menganalisis keterlibatan pelanggan dan juga manajemen hubungan pelanggan yang dilakukan oleh Raditya Dika melalui akun twitternya. Keterlibatan pelanggan dianalisis menggunakan metode observasi. Observasi dilakukan selama dua pekan terhadap akun raditya dika dan mention yang ditujukan untuk akun twitter raditya dika. Dari hasil analisis tersebut, Raditya Dika telah memiliki keterlibatan pelanggan yang baik.

Customer is an important thing in the bussiness. To keep the loyalty of our customer to our product or company, we need Customer Engagement. Customer Engagement does not only for a product or company, but also for politician, celebrity, and public figure. With Digital Technology, you can engage the customer engagement without face to face activity. You can do it via twitter. Raditya Dika is a writer, Director, and Actor. As a public figure, he need engage his customer via twitter. He is very active in social media twitter, but it does not means he do the Customer Engagement in a good way. This Paper will analyze the way of Customer Engagement from Raditya Dika's Twitter account. Customer engagement were analyzed by observation. Two weeks observation is taken to abserve raditya dika's twitter account and mention to raditya dika's twitter account. The result of the analysis is Raditya Dika have keep the Customer Engagement and Customer Relationship Management in a good way.