

**PEMANFAATAN NEW MEDIA DALAM
MEMBANGUN HUBUNGAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Penggunaan *New Media* di PT. Aseli Dagadu Djokdja)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

DWITA PURNAMASARI

07 09 03408 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

**PEMANFAATAN NEW MEDIA DALAM
MEMBANGUN HUBUNGAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Penggunaan *New Media* di PT. Aseli Dagadu Djokdja)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

DWITA PURNAMASARI

07 09 03408 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan *New Media* Dalam Membangun Hubungan Pelanggan (Studi Kasus Penggunaan *New Media* di PT. Aseli Dagadu Djokdja)

Penyusun : Dwita Purnamasari

NIM : 070903408

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 18 Oktober 2012

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lt 1

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih., M.Si

Penguji Utama

Ike Devi Sulistyanyngtyas, S.Sos.,M.Si

Penguji I

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki., M.Si

Penguji II



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dwita Purnamasari

Nomor Mahasiswa : 07 09 03408

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pemanfaatan *New Media* dalam Membangun Hubungan Pelanggan (Studi Kasus Penggunaan *New Media* di PT. Aseli Dagadu Djokdja)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarisme*, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan materiil maupun non materiil, ataupun segala kemungkinan yang lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis saya secara orisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh Tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat merupakan pembatalan kelulusan atau kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik institusi ini.

Yogyakarta, 23 Oktober 2012

Saya yang menyatakan,



Dwita Purnamasari

Dwita Purnamasari

No. Mhs : 03408/KOM

Pemanfaatan *New Media* dalam Membangun Hubungan Pelanggan

(Studi Kasus Penggunaan *New Media* di PT. Aseli Dagadu Djokdja)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan *new media* dalam membangun hubungan pelanggan di PT. Aseli Dagadu Djokdja (PT. ADD). Tujuan penelitian ini untuk menemukan dan mendeskripsikan pemanfaatan *new media* dalam membangun hubungan pelanggan di PT. ADD, serta mengkategorisasikan jenis *new media* yang digunakan dan tipe pelanggan yang dijangkau dengan *new media* tersebut hingga hubungan pelanggan yang akhirnya terbentuk.

Dalam penelitian ini digunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara dalam pengumpulan datanya. Data yang diperoleh merupakan hasil wawancara tatap muka dengan pihak marketing manager, marketing communications dan CRO PT. ADD.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pemanfaatan *new media* yang dilakukan oleh PT. ADD ini tidak terlepas dari kategori tipe pelanggan yang ingin dijangkau. Jenis *new media* menentukan pula pelanggan yang seperti apa yang akan dijangkau. Dari kedua hal ini lalu akan membentuk hubungan pelanggan yang berbeda dan bersifat saling melengkapi antara satu *new media* dengan jenis *new media* lainnya. Pada *website* pelanggan yang terjangkau oleh media ini adalah pelanggan yang masih baru sehingga hubungan pelanggan yang tercipta pun terbatas pada tahap pengenalan. Selanjutnya pelanggan yang berkomunikasi menggunakan *e-mail* pada umumnya adalah pelanggan yang menginginkan kepraktisan dalam berkomunikasi atau mengirimkan data, lalu hubungan pelanggan yang ada menciptakan kesan serius, formal dan berorientasi pada bisnis. *Instant messaging* digunakan oleh pelanggan yang pernah berkomunikasi sebelumnya dengan Dagadu dan memiliki kedekatan dengan Dagadu sehingga kemudian komunikasi yang timbul akan berujung pada loyalitas pelanggan tersebut. Sedangkan untuk kategori *new media facebook* dan *twitter* sebagai bagian dari *social media* memiliki karakteristik komunikasi hubungan pelanggan yang mengedepankan kedekatan emosional dan mengaburkan batasan antara korporat dan pelanggan.

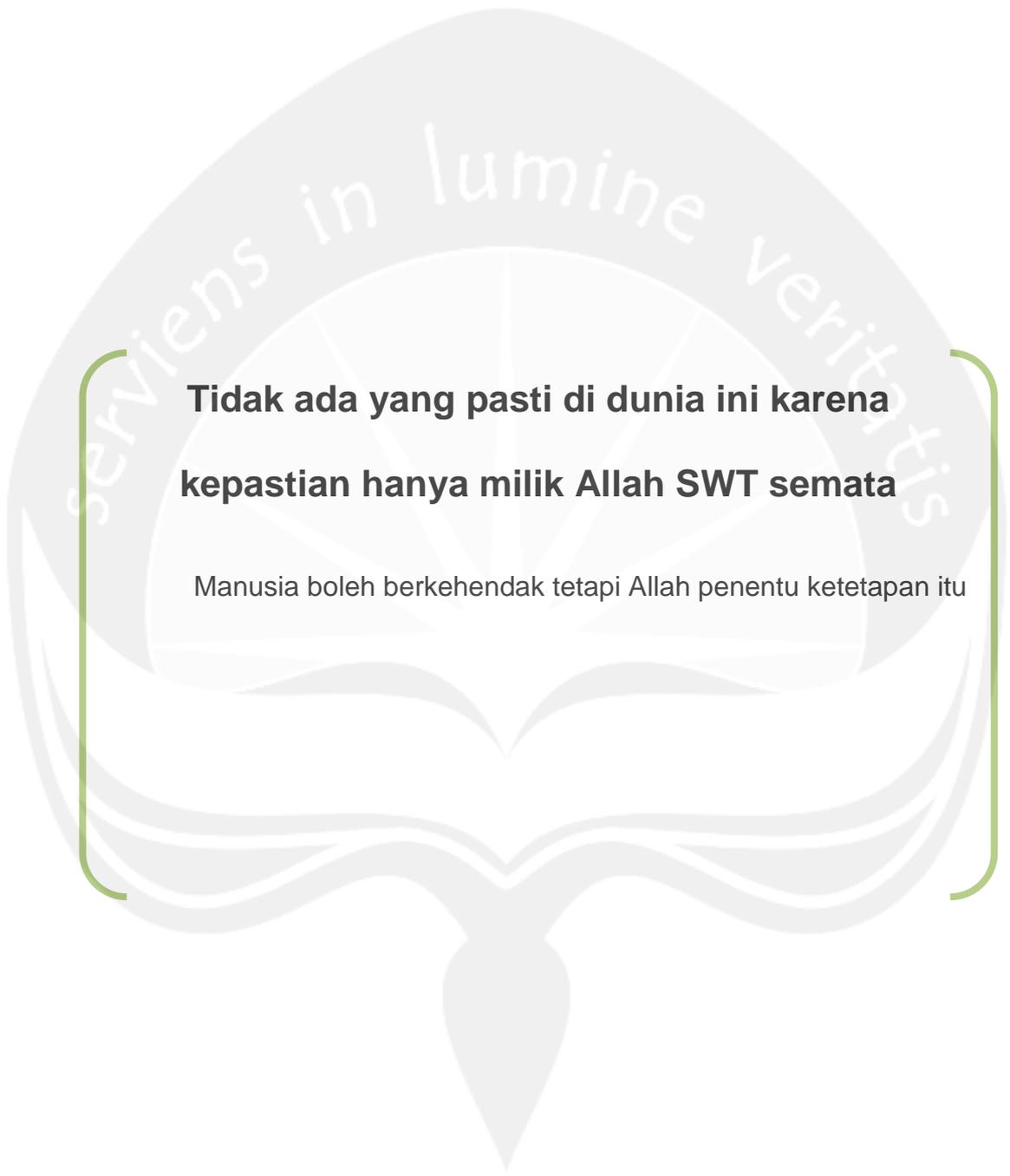
Kata Kunci : *new media*, tipe pelanggan, hubungan pelanggan



Skripsi ini kupersembahkan untuk :

*Semua cinta yang melimpah setiap detiknya dan
dalam setiap hembusan nafas dari orang-orang*

terkasih. Terimakasih



**Tidak ada yang pasti di dunia ini karena
kepastian hanya milik Allah SWT semata**

Manusia boleh berkehendak tetapi Allah penentu ketetapan itu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan dengan baik, dari proses awal hingga akhir penelitian sebagai tugas akhir dengan judul **“PEMANFAAATAN NEW MEDIA DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN PELANGGAN (Studi Kasus Penggunaan *New Media* di PT. Aseli Dagadu Djokdja)”**. Pelaksanaan penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian yang sudah disusun memaparkan dan menjelaskan tentang pemanfaatan *new media* oleh PT. ADD. Dijelaskan dalam penelitian ini, berbagai pemanfaatan dari beberapa jenis *new media* dalam mendukung hubungan pelanggan yang dilakukan oleh PT. ADD. Penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik karena dukungan dan peran serta dari ebrbagai pihak dan orang-orang yang dekat dengan penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah S.W.T untuk segala rahmat, kekuatan, perlindungan, kelancaran, dan hidayah-Nya sepanjang hidupku. Rasa syukur yang besar untuk semua limpahan kasih sayang-Mu.
2. Papa, mama, Mas Adhi yang tiada lelah memberi dukungan dan doa untuk setiap langkah penulis setiap detikny, serta seluruh keluarga besar yang memberikan dukungan dan kekuatan bagi penulis.

3. Ibu Ike Devi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu memberi bimbingan kepada penulis. Tiada lelah memberi kritik dan saran yang membangun hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Ibu Yudi dan Ibu Ninik selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk menyempurnakan laporan skripsi ini.
5. Seluruh keluarga besar PT. Aseli Dagadu Djokdja atas kesediannya membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pak Haryo yang sudah penulis anggap seperti ayah sendiri, tiada lelah memberi nasihat, dukungan dan doanya untuk penulis.
7. Mas Toni Wibowo yang menemani penulis menyelesaikan tugas akhir dan memberi dukungan setiap saat dengan kesabaran dan kasih sayangnya yang tulus dan murni. Terimakasih ☺
8. Untuk semua teman-teman penulis selama di kampus Titin, Chana, Dera, Tiwok, Vici atas semua dukungan dan kebahagiaan atas kehadiran kalian serta doa dari kalian ini semua dapat diselesaikan dalam waktu yang tidak singkat.
9. Untuk Nina dan Nana yang meskipun kalian jauh disana tapi selalu menyempatkan diri untuk memberi semangat, bahkan di saat-saat terpuruk. Terimakasih

10. Untuk Ayu yang selalu menerima dan memberi dukungan sejak SMA, dan untuk Cheche dan Bambang yang telah menyempatkan hadir menemani saat-saat bersejarah ini. Khusus untuk Cheche, sahabat dari SMP, rekan sebangku, terimakasih.

11. Untuk semua orang yang selalu ada di sekitar penulis, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas semuanya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna, maka penulis mohon maaf bila ada kesalahan. Penulis menerima kritik, saran dan masukan agar ke depannya bisa lebih baik. Akhir kata, semoga laporan skripsi ini bisa memberikan kontribusi dan bermanfaat bagi pembaca yang ingin mengetahui tentang dunia *Public Relations*.

Yogyakarta 23 Oktober 2012

Dwita Purnamasari

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-------------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Persetujuan | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Halaman Pernyataan | iv |
| Abstraksi | v |
| Halaman Persembahan | vi |
| Kata Pengantar | viii |
| Daftar Isi | xi |
| Daftar Gambar | xiii |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Lampiran | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| E. Kerangka Teori | 8 |
| F. Definisi Konsep | 29 |
| G. Metodologi Penelitian | 34 |
| 1. Jenis Penelitian | 34 |
| 2. Metode Penelitian | 35 |
| 3. Lokasi Penelitian | 36 |
| 4. Sumber Data | 36 |
| 5. Teknik Pengumpulan Data | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 6. Teknik Analisis Data | 38 |
| BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN | 39 |
| A. Sejarah Perusahaan | 39 |
| B. Visi dan Misi Perusahaan | 42 |
| C. Struktur Organisasi PT. Aseli Dagadu Djokdja | 43 |
| D. Tugas Umum Struktur Organisasi | 45 |
| E. Saluran Komunikasi PT. ADD | 46 |
| BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA | 50 |
| A. Hasil Penelitian | 50 |
| 1. Konsep Hubungan Pelanggan di PT. ADD | 50 |
| 2. Tipe Pelanggan PT. ADD | 57 |
| 3. Konsep <i>New Media</i> bagi PT. ADD | 61 |
| 4. Penggunaan <i>New Media</i> di Lingkungan PT. ADD | 65 |
| B. Analisis Hasil Penelitian | 75 |
| BAB IV PENUTUP | 87 |
| A. Kesimpulan | 87 |
| B. Saran | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | 90 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----------|---|----|
| Gambar 1 | : Prioritas Atribut-atribut | 14 |
| Gambar 2 | : Dagadu dalam Bahasa Jawa | 40 |
| Gambar 3 | : Logo Dagadu Djokdja | 41 |
| Gambar 4 | : Struktur Organisasi PT. ADD | 44 |
| Gambar 5 | : Akun Twitter @dagadudjokdja | 66 |
| Gambar 6 | : Masukan follower @dagadudjokdja | 68 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|---------|--|----|
| Tabel 1 | : Menuju Integrasi PR dan Bauran Pemasaran | 14 |
| Tabel 2 | : Sebuah Model Media PR Terpadu | 21 |
| Tabel 3 | : <i>Emoticons on The Information Highway</i> | 26 |
| Tabel 4 | : Jenis New Media dan Pemanfaatannya di PT. ADD | 70 |
| Tabel 5 | :Kaitan Jenis <i>New Media</i> , Tipe Pelanggan dan Hubungan Pelanggan yang Dihasilkan | 84 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Interview Guide
- Lampiran 2 : Transkrip Wawancara Informan Pertama
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara Informan Kedua
- Lampiran 4 : Transkrip Wawancara Informan Ketiga
- Lampiran 5 : Tampilan Akun *New Media* PT. ADD
- Lampiran 6 : Kartu Kerabat Dagadu Djokdja