

**ANALISIS KEGIATAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA PENGGUNA
VIP JOOX INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

HEARTY PANGESTU

1141003056

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

**ANALISIS KEGIATAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA PENGGUNA
VIP JOOX INDONESIA**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Hearty Pangestu

NIM: 1141003052

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**


UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

NAMA : HEARTY PANGESTU
NIM : 1141003056
Tanda Tangan : 
Tanggal : 31 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN

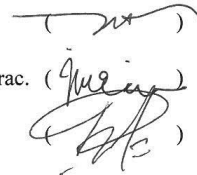
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hearty Pangestu
NIM : 1141003056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Kegiatan *Customer Engagement* pada pengguna
VIP JOOX Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

Dewan Penguji

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M
Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac.
Penguji 2 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, anugerah, dan Izin-Nya yang telah diberikan kepada peneliti sampai akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Kegiatan *Customer Engagement* pada *Pengguna VIP JOOX*”

Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Peneliti menyadari selama proses penelitian Tugas Akhir ini, peneliti melalui banyak kendala dan rintangan yang sempat membuat peneliti *down* dan patah semangat. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan moral dari berbagai pihak, peneliti mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dengan segala kendala yang ditemui oleh peneliti. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu memberikan dukungan dan berpartisipasi dalam penyelesaian Tugas Akhir, diantaranya:

1. Papi dan Mami, Tugas Akhir ini menjadi jembatan peneliti ke jenjang yang selanjutnya dan Tugas Akhir ini adalah persembahan untuk Bapak dan Bunda yang sangat peneliti sayangi, karena sangat berjasa membesarkan peneliti dengan dukungan materil maupun moril hingga saat ini, Serta keluarga tercinta kakak-kakak peneliti yang sangat suportif dan memberikan dukungan moril
2. Ibu Dra. Surhayanti, M.S.M selaku dosen pembimbing akademik peneliti dan menjadi “Ibu“ selama peneliti menyusun skripsi dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan masukan yang sangat berguna ditengah kesibukan beliau sehingga peneliti mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu
3. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac., selaku Dosen Penguji saat melakukan seminar proposal yang memberikan masukan dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik

4. Mbak Intan, selaku User dari *customer relations* yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancara dan membantu peneliti dengan memberikan informasi-informasi yang sangat berguna untuk Tugas Akhir Peneliti
5. Teman-teman kelas *Public Relations* Arumtias Asti Ningsih, Apriza Satria Pinandita, Dhea Manchika Putri, Dinda Ellya Puspita, Mulya Safitri, Muhammad Aditya dan Noni Loudika yang saling membantu, memberikan dukungan dan bertukar ilmu selama kurang lebih empat tahun terakhir
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2014, teman seperjuangan selama empat tahun terakhir, terima kasih atas pengalaman indah yang kalian berikan kepada peneliti hingga peneliti menyelesaikan Tugas Akhir, kesan ini akan terus terkenang bagi peneliti
7. Nur Fadhila Natsir, Farhandika Alamsyah, Tashya Febriani, Lila Wisna Putri, Nurandini Alya Sam, Farah Devianti, Azzahra Nur Namira yang selalu menyemangati peneliti, mengurangi beban peneliti dengan canda dan tawa yang kalian berikan dan banyak meluangkan waktu kalian sehingga peneliti bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Asri Puspa Pratitha selaku sahabat dekat peneliti yang selalu menyemangati peneliti, mengurangi beban peneliti dengan canda dan tawa yang kalian berikan dan banyak meluangkan waktu sehingga peneliti bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Edwin, Rizky Julian, Azalika, Julia Dekock dan Dian yang mau meluangkan waktu untuk diwawancara dan membantu peneliti dengan memberikan informasi-informasi yang sangat berguna untuk Tugas Akhir Peneliti
10. Muhammad Firdaus, selaku teman hidup yang selalu ada disaat senang, disaat peneliti membutuhkan dukungan moril serta laptop selama beberapa jenjang perkuliahan sampai saat ini peneliti telah menyelesaikan Tugas Akhir.

Peneliti sadar bahwa Tugas Akhir ini tidak luput dari segala kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Tugas Akhir ini peneliti persembahkan untuk Ayahanda dan Ibunda Tercinta yang sangat berjasa dihidup peneliti, serta semua teman-teman maupun pihak yang terlibat di dalam penelitian ini. Semoga tugas akhir ini berguna dan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 21 Agustus 2018

Peneliti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hearty Pangestu
NIM : 1141003056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS KEGIATAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA PENGGUNA VIP JOOX

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 28 Juli 2018

Yang Menyatakan,



(HEARTY PANGESTU)

ANALISIS KEGIATAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA PENGGUNA VIP JOOX INDONESIA

Hearty Pangestu

ABSTRAK

Customer relations mempunyai pengaruh yang besar untuk perusahaan atau suatu brand dalam menciptakan atau membangun *customer engagement* terhadap penggunanya. Di era perkembangan teknologi dan internet yang cukup pesat, *music streaming* hadir menjadi konsumsi masyarakat sehari-hari. Koleksi musik, adanya pilihan layanan gratis, dan kelengkapan fitur menjadi pertimbangan utama masyarakat untuk beralih ke layanan *music streaming*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kegiatan *customer engagement* yang tercipta kepada pengguna VIP JOOX Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik analisis data melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara terhadap pengguna VIP JOOX menunjukkan adanya *engagement* disetiap tahap dimensi *customer engagement* yaitu dimensi *cognitive*, dimensi *emotional* dan dimensi *behavioural*. Simpulan dari hasil penelitian terhadap konsep *customer engagement* pada setiap tahap dimensinya tercapai secara baik. Hal tersebut dikarenakan adanya *community* yang terbentuk dari tahap akhir dimensi *customer engagement* (*behavioral attachment*) yang terjadi pada pengguna VIP JOOX.

Kata Kunci: *Customer Relations, Customer engagement*

ANALISIS KEGIATAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA PENGGUNA VIP JOOX INDONESIA

Hearty Pangestu

ABSTRACT

Customer relations has a great influence on companies or a brand in creating or building customer engagement for its users. In an era of rapid technological and internet development, music streaming is now becoming a daily consumption of the public. Music collection, free choice of services, and complete features are the main considerations for people to switch to music streaming services. This study aims to examine customer engagement activities created by VIP JOOX Indonesia users. This research method uses a qualitative descriptive approach. Data analysis techniques through data reduction, data presentation and conclusion drawing or verification of conclusions. The results of the study based on the results of interviews with VIP JOOX users show engagement in each dimension of customer engagement, namely the cognitive dimension, the emotional dimension and the behavioral dimension. Conclusions from the results of research on the concept of customer engagement at each stage of its dimensions are well achieved. This is due to the community formed from the final stage of the customer engagement dimension (behavioral attachment) that occurs to VIP JOOX users.

Keywords: *Customer Relations, Customer engagement*

DAFTAR ISI

ANALISIS KEGIATAN <i>CUSTOMER ENGAGEMENT</i> PADA PENGGUNA VIP JOOX INDONESIA	i
---	---

ANALISIS KEGIATAN <i>CUSTOMER ENGAGEMENT</i> PADA PENGGUNA VIP JOOX INDONESIA	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	6
ABSTRAK	8
ABSTRACT	9
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	13
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KERANGKA PEMIKIRAN	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya	Error! Bookmark not defined.
2.2 Tinjauan Pustaka terkait dengan kerangka pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 <i>Public Relations</i> atau Hubungan Masyarakat (Humas)	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.1 Peran <i>Public Relations</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Customer Relations</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Konsep <i>Customer Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.1 Elaborasi Dimensi <i>Customer Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.1 Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.2 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.

3.3	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	Error! Bookmark not defined.
3.4	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Pengujian Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
^	BAB IV	Error! Bookmark not defined.
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Dimensi <i>Cognitive</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Dimensi <i>Emotional</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Dimensi <i>Behavioural</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	<i>Customer Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.1	Dimensi <i>cognitive</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.2	Dimensi <i>Emotional</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.3	Dimensi <i>Behavioural</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.4	Kesimpulan Dimensi <i>Customer Engagement</i> yang Dihasilkan	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan dengan Triangulator	Error! Bookmark not defined.
	BAB V	Error! Bookmark not defined.
	PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
5.2.1	Saran Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.2.2	Saran Praktis	Error! Bookmark not defined.
	DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
	BUKU	Error! Bookmark not defined.
	LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Logo Tencent	41
Gambar 4.2 Logo JOOX	49
Gambar 4.3 Struktur Organisasi	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	10
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	42