

**PENGALAMAN KOMUNIKASI VIRTUAL DAN KETERLIBATAN  
PELANGGAN (*CUSTOMER ENGAGEMENT*) SEBAGAI PRAKTIK  
*PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Fenomenologi Keterlibatan Pelanggan pada Pelanggan Mekari)



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2023**

**PENGALAMAN KOMUNIKASI VIRTUAL DAN KETERLIBATAN  
PELANGGAN (*CUSTOMER ENGAGEMENT*) SEBAGAI PRAKTIK  
*PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Fenomenologi Keterlibatan Pelanggan pada Pelanggan Mekari)



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2023**

## ABSTRAK

### **PENGALAMAN KOMUNIKASI VIRTUAL DAN KETERLIBATAN PELANGGAN (*CUSTOMER ENGAGEMENT*) SEBAGAI PRAKTIK *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN** (Studi Fenomenologi Keterlibatan Pelanggan pada Pelanggan Mekari)



Oleh:

**Annisa Fadhilah**

**1810862017**

Pembimbing:

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**

**Revi Marta, M.I.Kom**

Perkembangan teknologi digital turut mempengaruhi perkembangan bisnis digital di Indonesia, khususnya pada industri bisnis *SaaS* (*Software-as-a-Service*). Perkembangan bisnis *SaaS* yang pesat menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis untuk dapat mempertahankan keberlangsungan bisnis. Mekari sebagai salah satu pelaku bisnis di industri *SaaS* melihat bahwa salah satu faktor yang dapat mendukung keberlangsungan bisnis adalah dengan membangun hubungan dan keterlibatan antara perusahaan dengan pelanggan (*customer engagement*). Penelitian mengenai pengalaman komunikasi virtual dan keterlibatan pelanggan oleh pelanggan Mekari dianalisis dengan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi melalui analisis data *Interpretative Phenomenological Analysis*. Data pengalaman pelanggan dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan beberapa subjek penelitian yang merupakan pelanggan Mekari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan Mekari memaknai pengalaman komunikasi virtual dan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan informasi dan kepuasan pelanggan khususnya dalam bisnis *SaaS*, penilaian kualitas pelayanan dan tindakan pihak Mekari yang bersifat konstruktif ketika menghadapi krisis, memunculkan rasa bahwa pelanggan merasa didengar serta dibutuhkan, dan penilaian pelanggan mengenai tindakan pihak Mekari dalam membantu pelanggan beradaptasi dengan pengalaman baru ketika berkomunikasi secara virtual melalui media *Live Chat Support*. Hal tersebut berperan dalam menjaga hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang sehingga mampu menjaga loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Fenomenologi, *Interpretative Phenomenological Analysis*, Keterlibatan Pelanggan (*Customer Engagement*), Komunikasi Virtual, *Public Relations*.

## **ABSTRACT**

### **VIRTUAL COMMUNICATION AND CUSTOMER ENGAGEMENT EXPERIENCE AS A PUBLIC RELATIONS PRACTICE IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY**

*(Phenomenology Study of Customer Engagement on Mekari Customers)*



**By:**

**Annisa Fadhilah**

**1810862017**

**Supervisors:**

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**

**Revi Marta, M.I.Kom**

*The development of digital technology has also influenced the development of digital business in Indonesia, especially in the SaaS (Software-as-a-Service) business industry. The rapid development of the SaaS business is a challenge for the SaaS company itself to be able to maintain their business continuity. Mekari as a business player in the SaaS industry sees that one of the factors that can support business continuity is build relationship and engagement between the company and its customer (customer engagement), which is also one of the role of public relations. This research is analyzed using qualitative methods and a phenomenological approach through Interpretative Phenomenological Analysis. Customer's experience data was collected by conducting in-depth interview with several research subjects who are Mekari's customer. The result of the research shows that Mekari's customer interpret virtual communication experience and customer engagement as part of fulfilling information needs and customer satisfaction. In addition to assessing the quality of the products offered, Mekari's customer also assess the quality of service and personal actions of Mekari in establishing communication and relationships with customers. Customers who are involved in every Mekari activity feel heard and needed so that they play a role in maintaining customer retention. In addition, Mekari's constructive actions when facing a crisis helped customers adapt to the new experience of communication virtually through Live Chat Support. This plays a role in maintaining good relations between the company and customers in the long term so as to maintain customer loyalty.*

*Keywords: Customer Engagement, Interpretative Phenomenological Analysis, Phenomenology, Public Relation, Virtual Communication*