



**STRATEGI PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA* OLEH AXIS GSM  
UNTUK MENCIPTAKAN *ENGAGEMENT* DENGAN KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA AKUN TWITTER MILIK AXIS GSM)**

**TESIS**

**Oleh**

**Nama: Yuri Heikal Siregar  
NIM: 55210120036**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
2012**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

1. Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Oleh AXIS  
GSM Untuk Menciptakan *Engagement* Dengan  
Konsumen  
(Studi Kasus Pada Akun Twitter Milik AXIS GSM)
2. Nama : Yuri Heikal Siregar
3. NIM : 55210120036
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 8 Januari 2013

Jakarta, 8 Januari 2013

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:

Dr. (Cand) Heri Budianto, M.Si.

2. Penguji Ahli

Dr. Farid Hamid, M.Si.

3. Pembimbing I

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

4. Pembimbing II

Irmulan Sati, SH., M.Si.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

1. Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Oleh AXIS  
GSM Untuk Menciptakan *Engagement* Dengan  
Konsumen  
(Studi Kasus Pada Akun Twitter Milik AXIS GSM)
2. Nama : Yuri Heikal Siregar
3. NIM : 55210120036
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 8 Januari 2013

Jakarta, 8 Januari 2013

Disetujui dan diterima oleh,  
Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Irmulan Sati, SH, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

1. Nama : Yuri Heikal Siregar
2. NIM : 55210120036
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Oleh AXIS  
GSM Untuk Menciptakan *Engagement* Dengan  
Konsumen  
(Studi Kasus Pada Akun Twitter Milik AXIS GSM)

Jakarta, 22 Desember 2012

Pembimbing Utama

Pembimbing II

  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

  
Irmulan Sati, SH., M.Si.

**UNIVERSITAS**  
**MERCU BUANA**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

1. Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Oleh AXIS  
GSM Untuk Menciptakan *Engagement* Dengan  
Konsumen  
(Studi Kasus Pada Akun Twitter Milik AXIS GSM)
2. Nama : Yuri Heikal Siregar
3. NIM : 55210120036
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 22 Desember 2012

Jakarta, 22 Desember 2012

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:

Dr. (Cand) Heri Budianto, M.Si.

2. Penguji Ahli

Dr. Farid Hamid, M.Si.

3. Pembimbing I

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

4. Pembimbing II

Irmulan Sati, SH., M.Si.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PERNYATAAN**

Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Oleh AXIS  
GSM Untuk Menciptakan *Engagement* Dengan  
Konsumen  
(Studi Kasus Pada Akun Twitter Milik AXIS GSM)

Nama : Yuri Heikal Siregar

NIM : 55210120036

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 22 Desember 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Desember 2012

Yuri Heikal Siregar

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin... Setelah melalui jalan yang cukup panjang, yang penuh suka dan duka, Peneliti dapat menyelesaikan Tesis yang disusun untuk memenuhi keseluruhan studi dan memperoleh derajat sarjana Strata 2 (S2) pada Program Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Judul dari Tesis ini adalah: **Strategi Penggunaan *Social Media* oleh AXIS GSM untuk Menciptakan *Engagement* dengan Konsumen (Studi Kasus Pada Akun Twitter Milik AXIS GSM).**

Topik mengenai strategi *social media* untuk menciptakan *engagement* dipilih oleh peneliti untuk mengetahui bagaimana tahapan strategi yang harus dilalui untuk mencapai objektif perusahaan. *Social media* adalah sebuah media baru yang masih belum terlalu banyak diangkat sebagai topic penelitian terutama mengenai *engagement*, sesuatu yang tidak dapat diukur dengan angka.

Strategi *social media* AXIS GSM untuk menciptakan *engagement* ternyata dapat menjadi saluran komunikasi baru, memperkuat strategi komunikasi pemasaran dan juga membuat sebuah hubungan tingkat tinggi dengan konsumen. Dasar dari strateginya adalah tetap menjadi “manusia” dan sejajar dengan pengguna.

Banyak sekali suka dan duka yang dialami peneliti ketika menyelesaikan tesis. Kesulitan paling utama tentu adalah membagi waktu dan juga menemukan buku-buku serta referensi yang relevan serta baru. Peneliti bekerja di sebuah *Advertising Agency* Multinasional dengan jam kerja yang cukup tinggi sehingga seringkali harus meluangkan waktu di malam (sampai pagi) hari untuk menyelesaikan Tesis. Belum lagi kajian pustaka dan teori yang terkait masih sangat sedikit. Sekali lagi *Macbook pro* kesayangan peneliti (untuk bekerja di manapun) serta internet (untuk *browsing ebook*) menjadi penyelamat yang sangat membantu kelancaran penyelesaian Tesis. Selain itu saya tertolong dengan motivasi senantiasa dari Istri yang juga kebetulan ikut “begadang” (menyelesaikan Tesis).

Dengan semua yang telah dijalani detik demi detiknya, Peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan dukungan dari banyak pihak yang telah membantu selesainya Tesis ini.

Terima kasih kepada Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si sebagai pembimbing utama yang memberikan banyak ilmu dan sangat sabar ketika membimbing Saya. Pagi, siang dan malam, berkomunikasi via telpon atau sms dan email. Bahkan sampai membuka pintu rumahnya untuk senantiasa memberikan pengarahan dan juga diskusi.

Terima kasih kepada Ibu Irmulan Sati, SH., M.Si. sebagai pembimbing kedua yang juga sangat baik hati membagi ilmu dan diskusi serta motivasi untuk selalu lebih baik. Walaupun komunikasi lebih sering melalui sms, tetapi ketika bertemu konsultasi waktunya menjadi sangat berkualitas dan bermanfaat.

Ucapan khusus rasa terima kasih untuk Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. sebagai Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan studi dengan cepat dan berkualitas tinggi. Selain itu bapak Farid selalu bersedia memberikan pengarahan dan diskusi melalui *whatsapp messenger* kapanpun

Saya juga secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. (Cand.) Heri Budiarto, M.Si. sebagai Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi dan juga Dosen Sosiologi Komunikasi yang selalu menggelitik otak saya dengan ucapan filosofisnya dan memotivasi untuk selalu memiliki kualitas terbaik. Selain itu juga yang telah menguji ketika seminar outline, tegas mengarahkan dan juga memberikan kritik “tajam” tetapi sangat menempa dan membangun untuk menjadi lebih baik dan baik lagi.

Kepada Bapak Dr. Irwansyah MA., terima kasih banyak telah memberikan ilmu dan referensi serta diskusi yang menarik mengenai *social media*.

Banyak terima kasih kepada para Dosen Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Bapak Dr. Andy Cory, M.Si., Bapak Dr. Amiruddin Saleh, Ibu Dr. Heni Gusfa, M.Si., Ibu Prima, S.Sos., M.Si., Bapak Drs. Morissan MA., yang telah banyak memberikan ilmu, pemikiran analitis dan pengalaman yang lebih baik.

Tidak lupa saya berterima kasih juga kepada para Staf Administrasi & Staf Akademik Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah banyak membantu dan mempermudah peneliti dalam menyelesaikan Studi Program Magister Ilmu Komunikasi.

Teman-teman Magister Ilmu Komunikasi, Minggu Meruya, Pak Ade yang merupakan ketua kelas, Nanda, Denny, Ade, Egi, Achie, Andre, dan lainnya, *thanks a lot guys*.

*Special thanks* untuk Mas Andri BW yang juga merupakan rekan sekelas dan teman diskusi yang sudah sangat banyak membantu baik selama masa studi maupun ketika menyelesaikan Tesis ini. Selesai juga akhirnya perjuangan kita ya mas!

Kepada AXIS GSM (PT AXIS Telekom Indonesia) saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya telah memberikan izin untuk melakukan penelitian mengenai strategi *social medianya* yang sangat luar biasa.

Terima kasih juga untuk Mas Prami Rachmiadi, GM Marcomm & Brand AXIS GSM, yang sudah memberikan kepercayaan dan sangat membantu dari mulai memberikan izin untuk melakukan penelitian Tesis ini sampai akses untuk dapat wawancara.

Tidak lupa saya ucapkan terima kasih juga untuk Mas Agustinus Adid Sanjaya, Learning & Development Manager AXIS GSM, yang sangat *helpful* dan sabar membantu saya dalam proses perizinan sampai terlaksananya penelitian Tesis ini.

Untuk teman dan juga mantan klien saya Fajar Arieanti, Brand Development Manager AXIS GSM, *thanks a lot* ya untuk semua informasi dan bantuannya.

Orang tua dan Keluarga, Papa Sori Siregar, Mama Yusni Nasution, Abi Noeryanto, Umi Tri Rini Meinarti, Rovina Loksanti, Teti Filantri, Rio Dwi Rianto dan Tigana Dimas yang selalu menjadi nafas saya, terima kasih tidak akan pernah cukup untuk apa yang telah kalian berikan.

Yang terakhir dan terpenting, Ikarindy Noorharini, yang merupakan Istri, teman hidup, rekan sekelas, dan detak jantung hidup saya... Tidak terucap rasa terima kasih dan rasa syukur untukmu.

Besar harapan peneliti, Tesis ini dapat dikembangkan lagi sebagai dasar oleh para peneliti ke depan dalam bidang penelitian Ilmu Komunikasi, *Corporate and Marketing Communication* khususnya mengenai *social media* dan *engagement*. Peneliti menyadari bahwa penyusunan maupun penyajian Tesis ini belum sempurna. Oleh sebab itu, peneliti mohon maaf atas semua kekurangan dalam Tesis ini dan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik maupun saran yang membangun. Sekali lagi terima kasih.



Jakarta, 22 Desember 2012

Yuri Heikal Siregar

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

Judul .....	i
Pengesahan-Pengesahan .....	ii
<i>Abstract</i> .....	vi
Lembar Pernyataan .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xiii
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
<b>Bab I. Pendahuluan</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>Bab II. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	11
2.1.1. Penelitian Sebelumnya .....	11
2.1.2. Kajian Teoritis .....	27
2.1.2.1. <i>New Media Theory</i> .....	27
2.1.2.2. <i>Digitalization and Convergence</i> .....	30
2.1.2.3. <i>Media Richness Theory</i> .....	33
2.1.2.4. <i>Digital Cultures</i> .....	34
2.1.2.5. <i>Strategi Social Media</i> .....	36
2.1.2.6. <i>Social Media</i> dan twitter .....	41
2.1.2.7. <i>Engagement</i> .....	47
2.2. Kerangka Pemikiran .....	49

### **Bab III. Metodologi Penelitian**

3.1. Objek Penelitian .....	52
3.2. Paradigma Penelitian .....	52
3.3. Metode Penelitian .....	54
3.4. <i>Key Informant</i> .....	56
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.6. Teknik Analisa Data .....	58

### **Bab IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	61
4.2. Hasil Penelitian .....	62
4.3. Pembahasan .....	90

### **Bab V. Kesimpulan dan Saran**

5.1. Kesimpulan .....	113
5.2. Saran .....	115

<b>Daftar Pustaka</b> .....	116
-----------------------------	-----

<b>Lampiran</b> .....	119
-----------------------	-----



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Sebelumnya .....	26
--------------------------------------	----



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Honeycomb Framework</i> .....	20
Gambar 2. Posisi Strategi <i>Social Media</i> .....	37
Gambar 3. Model Strategi Komunikasi Bienvenu & Timm .....	40
Gambar 4. <i>Interface</i> twitter .....	45
Gambar 5. Kerangka Pemikiran .....	51
Gambar 6. Penemuan dan Analisis Data .....	89
Gambar 7. Analisis SWOT AXIS GSM .....	92
Gambar 8. Konten twitter AXIS GSM .....	101
Gambar 9. <i>Tweet</i> dan <i>Engagement</i> AXIS GSM .....	104
Gambar 10. <i>Feedback</i> dan <i>Engagement</i> AXIS GSM .....	107
Gambar 11. Integrasi <i>tweet Engagement</i> AXIS GSM .....	108



## DAFTAR LAMPIRAN

Panduan Wawancara .....	119
Transkrip 1 .....	121
Transkrip 2 .....	134
Transkrip 3 .....	142
Surat Izin Penelitian AXIS GSM .....	147
Riwayat Hidup dan Biodata Peneliti .....	148



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA